

О ВЗАИМОДЕЙСТВИИ КИРИЛЛИЦЫ И ЛАТИНИЦЫ В ПИСЬМЕННОЙ КОММУНИКАЦИИ

Татяна Алексиева

Софийский университет им. Климента Охридского

INTERACTION OF CYRILLIC AND LATIN IN WRITTEN COMMUNICATION

Tatyana Aleksieva

St. Kliment Ohridski University of Sofia

The present article analyses graphic hybrids – new productive units in Russian written communication. The use of Latin graphemes in the structure of a Russian word is seen as a method of occasional word-formation. Great attention is paid to the role of graphic hybridization as a means of speech expressiveness in different discourse types.

Key words: Cyrillic graphic system, Latin alphabet, graphic hybrids, contamination, paragrammatic elements, language game

Повсеместное распространение Интернета привело к глобализации информационного пространства – особой виртуальной среды, образованной совокупностью множества медиапоток (Добросклонская 2005). Скорость подачи письменной информации, ее доступность в Сети способствовали тому, что из различных областей жизни в современные тексты стали активно проникать иноязычные слова (преимущественно из английского языка). При этом большая часть заимствований, для наименования которых в русском языке не было однословного эквивалента, так и не успев пройти стадию фонетической и графической адаптации, стали использоваться носителями языка как готовая единица, сохранив свое исконное написание в языке-реципиенте (Маринова 2005). Как правило, речь идет о написании заимствований, не имеющих в русском языке кириллической репрезентации, напр.: *SMS-манья, HR-менеджер, WEB-дизайнер, IT-бизнес, VIP-городок, DVD-плеер, call-фактор, net-жители, Flash-память, face-контроль, Blue-ray-диск.*

Сфера распространения инноваций, в облике которых совмещаются литеры двух график, широка: это электронные версии печатных изданий (напр., научный журнал факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова *Меди@льманах*, сетевой журнал о книжных новинках *Питерbook*, журнал о новостях спорта *PROспорт*, информационно-аналитический журнал о безопасности *Рибезж*, еженедельники *Коммерсантъ-daily*, *Иностранец*), реклама (*Какой он – прOFFессиональный шиномонтаж?*; *МноGO туров – агентство одно*), блоги (*Artome-ка еды*), Интернет-переписка в форумах (*может, экзамены сказываются, но я заLOG-INуться не могу*; *поDANCE'суть на вместительном танцполе*, *проRELAХировать в одном из трёх уютных ChillOut'ов*), названия интернет-магазинов (*DISлокация*), ТВ передач (*PROчение*; *Вести.doc*), спектаклей («*Трезвый PR*», «*Сентябрь.doc*»), фильмов («*Art-погружение*»), книг («*The телки. Повесть о ненастоящей любви*», «*Духless. Повесть о ненастоящем человеке*»), фильмов («*PR-овокация*», «*ЖАРА*»), театров (*TEATP.DOC*), песен («*Современн@я почт@*»), заведений (*Открытие выставки художника Арсения Власова в кафе «ВooКафе*») и др.

Несмотря на то что некоторые слова-гибриды включены в состав современных словарей русского языка (Скляревская 2008; Стрижак 2012; Шагалова 2011), в лингвистике до сих пор нет единого, общепринятого термина для обозначения данного феномена. В специальной литературе наряду с научными дефинициями *графодериваты* (Т.В. Попова), *графические гибриды* (Т.М. Григорьева, Г.А. Иванова), *гибридные слова* (В.М. Костюков), *полиграфиксаты* (Е.Е. Анисимова), *визуальные неологизмы* (Е.В. Маринова), встречаются такие метафорические названия, как *монстры* (З.Н. Пономарева), *кентавры* (Л.П. Крысин), *новообразования «кентавроводобного»*, *поликодового типа* (Т.В. Попова), *слова-матрешки* (Е.В. Маринова) и др. Из множества существующих определений мы, вслед за Поповой Т.В., будем оперировать термином *полиграфиксат* (далее ПГ). Полиграфиксация предполагает «создание новообразований с помощью графических средств разных языков» (Попова 2012: 204).

Специфика гибридных контаминаций заключается не только в их формальном выражении, в произвольном характере внутрисловных, межморфемных границ, устанавливаемых при помощи графических средств, но и в новом, зависящем от контекста семантическом наполнении (Попова 2005). Важным условием признания неолексемы ПГ-ом должно служить не только формальное наличие иноязычного

графического элемента, но и его семантическая значимость (Нефляшева 2011: 92).

Обилие графических гибридов стало уже тенденцией на страницах современных изданий и на порталах Рунета. Они используются не только для обозначений реалий в окружающем нас мире, но и демонстрируют личностный, креативный потенциал их создателей, которые стремятся представить свое видение и оценку современной действительности, нередко прибегая к формам языковой игры (Покровская 2005) и вовлекая реципиентов в процесс декодирования информации. Распространению контаминированных единиц способствуют такие черты современного пользователя, как «клиповое мышление, требующее краткости, лаконичности, максимальной экспрессивности и визуализации текста» (Попова 2012: 208).

Цель сообщения – проанализировать способ образования ПГ с привлечением элементов латиницы как: 1) отдельной литеры и 2) смыслообразующего иноязычного компонента в пределах слова и оценить их использование с прагматической позиции. Нами рассмотрено 70 единиц, извлеченных методом эксцерпции из текстов, размещенных на разных порталах российского сегмента Интернета. Новации с использованием средств латиницы исследователи подразделяют на две группы, положив в основу их дифференциации многогранность обыгрываемого слова (Маринова 2005). Способом образования первых является линейная деривация, при которой «графическая оболочка однозначно представляет определенную лексему» (Гугунава 2003: 43). Латинская графема только заменяет русский звук, не затрагивая при этом внутреннюю семантику слова, напр.: *Компания «Большая Земля» «Запоёт» на Радио Energy 104.2 FM!*; *Art медиа группа «Атмосфера» уносит слушателей в мир музыки самых разнообразных стилей и направлений* (здесь и далее выделение жирным шрифтом принято автором).

Гораздо большим функциональным потенциалом обладает вторая группа гибридных написаний, которые создаются способом нелинейной деривации. Сущность ее состоит в том, что «слова, и соответственно смыслы, наслаиваются на одном и том же материальном отрезке, на одной и той же цепочке языковых знаков» (Маринова 2005: 129).

Проанализируем ПГ, где замена кириллической графемы на латиницу приводит к семантическому сдвигу: 1) *Доктор **iБолит**. Анестезиолог Евгений Флеров превратил операции в онлайн-трансляции*; 2) *Добрый доктор **iБолит**. Незаметно возвращается эпоха, когда врач становится персональным*; 3) *Доктор **iБолит**. Ремонт техники*

Apple. Литера *i* в прецедентном тексте К. Чуковского содержит ключевую информацию. Используя шрифтовой контраст при оформлении начального русского слога *Ай* в заголовках трех статей, авторы стремились, «уплотняя» текст, придать ему новый смысл: связь продуктов «яблочного» бренда с глобальной Паутиной. В первом случае обсуждаются новшества, которые позволяют врачам с помощью Интернет-связи следить за операциями и контролировать безопасность больных. Во втором – речь идет не о простом враче, а об электронном: программы для смартфонов проводят диагностику пациентов куда качественнее, чем «люди в белых халатах». Интересен и третий пример, где «врачом» является сервисный центр, а гаджетам отводится роль «пациентов».

Отметим еще один способ создания графогибридов – *кодограффиксацию* (Попова 2012), при котором используются параграфемные элементы. В его основе лежит обыгрывание билингвального характера ряда графем кириллицы и латиницы, которое основано на межъязыковой омографии (Амири 2012). Инокодовый символ, вплетенный в вербальную ткань узуального слова, призван активизировать метаязыковое поведение реципиента, вызвать у него нужные ассоциации. В нижеуказанных примерах субституция графем символами объясняется сходством их графического начертания с символом: «Дубль **дв@** показывает неизвестное кино России»; **Охот@** на педофилов; **Дебаты Кенгуру: «Ск@ч@ть бе©платно»** – один из самых популярных поисковых запросов. Знак @ манифестирует, что действие осуществляется в пространстве Интернета: в первом случае речь идет о ежегодном он-лайн кинофестивале, где лучший фильм определяется зрительским голосованием, а во втором о том, что поимкой совратителей малолетних детей в Сети занялось народное ополчение. Интересен и последний пример, в котором субститут *copyright*, заменяя схожую по форме графему *C*, придает тексту иной смысл: свободное скачивание музыки и фильмов нарушает права их создателей.

ПГ может создаваться на базе выявления внутрисловной омонимии компонентов русского и английского слов. В таком графическом контаминанте происходит экспликация латинским капсом в структуре русского слова сегмента, наделенного собственным значением и «образующего окказиональный фоносемант слова, тождественного по звуковому составу, но отличающегося от узуального коррелята оттенком значения или наличием ситуативно мотивирующего плана восприятия смысла» (Гридина 1996: 119). Здесь действует эффект матрешки: латинский фрагмент, вложенный в русское слово,

прочитывается дважды (Маринова 2005: 128). Ключом к прочтению игровой инновации служит не только контекст, в рамках которого данная единица функционирует, но и значения и коннотации лексем (иноязычных и собственно русских), образующих его (Амири 2014).

В статье «Отныне '**OFF**ициальный стиль' обязателен для всех образовательных учреждений» поколение *nexth* обсуждает дресс-код в российских школах. Актуализированный латиницей сегмент *off* (англ. *прочь*), омофоничный русскому начальному слогу, вносит свое значение в семантику ПГ: *долой школьную форму*.

В следующем примере: *Обращаемся ко всем, кто выпорхнул из «гнезда», но вспоминает время, проведенное в Университете, с удовольствием и теплом – от**CLICK**нитесь!* в значении графической инновации *от**CLICK**нитесь*, которая выполнена иным цветовым решением, актуализируются два смысла: рус. *клик* (*громкий крик, зов*) и англ. *click* (*щелканье, щелчок*), что означает на языке компьютерщиков «отзовитесь, щелкнув мышью на гиперссылку, и перейдите на другую веб-страницу».

На портале клуба любителей иностранных языков в рубрике **TALKовые посиделки KIDS** дети могут использовать время с *толком*, закрепляя школьные знания посредством живого общения с носителями английского языка. Приращение смысла происходит за счет межъязыковой омофонии русского слова *толк* (*прок, польза*) и английского *talk* (*разговор, беседа*), что позволяет воспринять неологизм как использованное с пользой время позволит преодолеть языковой барьер.

В подобных примерах «графически видоизмененное узуальное слово увеличивает свой семантический объем, приобретает дополнительные смыслы, становится семантически двуплановым и экспрессивным» (Иванова 2010: 466).

Удачную, на наш взгляд, игру с межъязыковыми омофонами можно проиллюстрировать примерами: 1) *Английские мужчины и их **fishka** о секретах национальной кухни народов*; 2) ***CHESS**тный турнир провели 16 сотрудников компании Владимирские коммунальные системы* в минувшую пятницу; 3) ***ШуCAR**ный бус! Этот автомобиль просто обязан быть на верхних ступеньках рейтинга здесь, чтобы все могли увидеть эту красоту*.

В слове *фишка* посредством выделения латиницей корня *fish* (англ. *рыба*) актуализируется дополнительный смысловой пласт: многозначное слово *фишка* на жаргоне означает «специфическая черта, сущность, особенность чего-либо». При анализе текста становится

ясно, что речь идет о тонкостях приготовления рыбного блюда, в которое необычно острый соус тартар вносит свою «изюминку».

В следующем примере актуализация латиницей корня *chess* (*шахматы*) в прилагательном *CHESSmный* трансформирует значение неологизма: сотрудники столкнулись в честном турнирном поединке на поле шахматной доски. Семантика узуального слова *шисарный* (3 пример) расширяется за счет коннотативного приращения (*car* – *машина*), что позволяет осмыслить значение ПГ как «элитный автомобиль класса люкс».

В письменной коммуникации чрезвычайную активность демонстрирует такой способ образования ПГ, как междусловное совмещение (наложение): на базе столкновения двух слов, не совсем совпадающих по звучанию, возникает инновация, при образовании которой «полностью сохраняются оба соединяющихся слова, но определенный фонемный отрезок нового слова принадлежит одновременно обоим мотивирующим частям» (Улуханов 1996: 52). Приведем примеры:

Самый музыкальный бренд Tuborg объявляет о начале нового этапа грандиозного проекта «ВечеGREENка в твоём городе». Это музыкальный конкурс, победители которого получают уникальную возможность выступить на легендарном фестивале Tuborg Greenfest рядом с такими знаменитыми исполнителями, как американская певица Pink и российская группа «Мумий Троль». При столкновении двух слов вечеринка + GREEN (зеленый) образуется окказионализм, который используется копирайтерами для рекламы пива Tuborg – постоянного спутника молодежных тусовок.

ПГ создаются на базе аббревиатур, прочно утвердившихся в языке. Так, в заголовке статьи «*Богему VIPперли*» (Московский комсомолец 5.19.2002) (*выперли* + *VIP*) речь идет о лишении звезд эстрады и кино привилегий пользоваться VIP-залами и упрощенной системой таможенного досмотра.

Для создания ПГ часто используются популярные бренды (прагматонимы), напр: 1) *я сейчас «без колес» в ожидании очередной запчасти. Вот хваленое качество японских автомобилей английской сборки. Не верьте слогану «Nissanмневайтеcь»* (сомневайтесь + Nissan) – мнение блогера об иномарке; 2) *Праздники продолжаются! Новый год приносеe'd подарки* (приносит + see'd) – реклама модели KIA see'd; 3) *Приветики, SAABицество, Здравствуйте, SAABеры!* (сообщество + SAAB) – обращение форумца к владельцам SAAB; 4) *ABBAлденные тостики* (обалденные + ABBA) – обсуждение блюд с икрой торговой

марки АВВА на сайте «Сам себе кулинар»; названия музыкальных групп: **АВВА**солютный покой (абсолютный + АВВА) – интервью корреспондента газеты «Московский комсомолец» с исполнителем Бьорном Ульвеусом о распаде легендарного шведского квартета.

Иноязычное слово в большинстве ПГ маркируется жирным шрифтом, либо курсивом, либо оформляется капсом, словообразовательные форманты выписываются строчно кириллицей, напр.: **TOTAL**ьные усилия (французская компания *Total* в рамках санкционных ограничений получила разрешение властей на работу в России на трех проектах); **ART**отека еды (портал о кулинарном искусстве); *Отличный стейк* – **RED**кость (о блюдах ресторана RED Steak and Wine); *Маленькое, уютное кафе «Японская FISHка» порадует своих посетителей ярким оформлением и доступными ценами* (реклама кафе в Екатеринбурге); *Грустное POLO*жение (одной победы ватерполистам Казахстана не хватило, чтобы завоевать лицензию в Лондон); *БезOpe*ляционные заявления (о возможной продаже немецкой компании «Опель»); *Я стал полноправным автомобилистом! Такая радость этой недели :) как сказали некоторые ОбNissan*ился (форумец о покупке «Ниссана»).

Кроме средств шрифтового выделения, в роли маркеров, указывающих на смену графической системы в слове, могут выступать различные разделители:

а) дефис – **ABSOLUT**-ное предложение: гриль блюдо на четверых, запечённый картофель с овощами, соусом и 0.5 «Absolut Vodka» сегодня – всего за 29 евро!;

б) апостроф – **Dell**'овые люди. Компания Dell устроила московскую презентацию своих новых корпоративных продуктов, удивив в этот раз, кажется, даже самих себя;

в) «немой» знак подчеркивания – **Про iPhone**_нился. Как я провел сегодняшней день рождения. В битве с МТС-ловкачами.

Прагматическое воздействие обуславливается эффектом необычности графического облика слова, актуализацией дополнительных смысловых и образных пластов значения. В следующем примере используется прием экскламации: *Вечер встреч VIPУСКНИК!OFF!! 20-15!*.

Здесь обыгрываются аббревиатура VIP и наречие *off*, выступающее в роли флексии, а восклицательный знак используется для выделения части текста, в котором содержится обращение, призыв к тем, кто уже «перешагнул порог школы».

Рассмотрим примеры, где авторы использовали прием квотации: Молодежь *«Просвет»лилась!* – речь идет о третьем молодежном фестивале PR и рекламы; *«Prior»итетный ГЛОНАСС* (парковка.орг). В первом случае обыгрывается не только аббревиатура PR, но акцент сделан и на выделении из вербального ряда эргонима в структуре глагола *просветлилась*, поскольку речь идет о студенческом фестивале «Просвет», цель которого поделиться опытом и знаниями и представить собственные проекты. Во втором примере кавычки используются как средство компресси смысла текста, в котором говорится о том, что сходящие с конвейера автомобили Лада «Приора» будут снабжены системой спутниковой связи.

Стремление совместить в одной лексической единице знаки разных графических систем не всегда проходит гладко. При аппликации латинского слова на русское отмечаются следующие трансформации:

а) усечение финали латинской основы: *POLOвина одноPOLчан его нагреть-то не могут* (о марке Polo); *HaSkodили: мы знаем подробности* (о чешском кроссовере «Шкода»); *LADA: расставить PRIORитеты* (о модели «Лада Приора»);

б) преобладание фонетической формы над орфографической, что отражает орфоэпию: *SAABратья, помогите! машина не газует...* (мнение форумца); *Просто SPLASHное удовольствие* (реклама Сузуки SPLASH); *Новый год приносее'd подарки* (о модели KIA see'd);

в) полное внедрение латинского слова в русское: *Над Москвой возникнет другая «ARTмосфера»* (о воплощении креативных идей в рамках международного фестиваля стрит-арт в реалиях современного города); *Не верьте слогану Nissanмневайтесь* (мнение автолюбителя); *если бы простой российский OILугарх не клубы футбольные покупал, а был заядлым библиофилом* (из дискуссии форумцев);

г) взаимное приспособление с нарушением написания на кириллице: *Tuborg продолжает трансFUNмировать мир* (рекламная кампания бренда Tuborg); *Уно-помрачительный. Fiat Uno из тех редких машин, которые по праву зовутся народными* (реклама Фиата Уно).

Восприятие ПГ у студентов, изучающих русский как иностранный, может быть сопряжено с трудностями. Это обусловлено тем, что «семантика графиксатов носит символично-концептуальный характер и часто опирается на прецедентные знаки и национально-культурные коннотации образующих их языковых знаков» (Попова 2013: 173), а для понимания транслируемого смысла требуется не только владение языками, но и фоновые знания, связанные с историей, географией, культурой страны или опора на контекст. Рассмотрим несколько при-

меров: 1) Кавер-группа «Рабочий **nOLDень**» – это музыка знакомая с юных лет, это профессиональное звучание и ураганный драйв живого исполнения любимых песен эпохи ВИА, DISCO и ТАНЦПЛОЩАДКИ-80х 2) На первом этапе меня привлекало само название проекта **кARTинки СурGOODa**» 3) **Cosмические** хроники Лизы Боярской.

Так, для понимания ПГ «**nOLDень**» нужно знать о популярной в XX в. передаче «В рабочий полдень», которая шла на Всесоюзном радио и передавала песни по заявкам радиослушателей. Для восприятия второго примера следует прочитать полностью статью, в которой говорится о международном социальном проекте в городе Сургуте, организованном волонтерами для того, чтобы помочь молодым людям с ограниченными возможностями достичь хороших (*good*) результатов в своем творчестве (*art*). Для понимания третьего ПГ необходимо сопоставить его с журналом, где опубликовано интервью Боярской: посредством прилагательного **cosмический** актуализируется «звездность» актрисы и предстоящие планы, которыми она делится на страницах журнала «Cosmopolitan».

Актуализированное латиницей слово может обладать референциальным значением: **SDRавствуй, новая валюта**. Расшифровка аббревиатуры является ключом к пониманию заголовка статьи, в которой говорится о новой валюте, которая может быть создана на базе расчетной единицы Международного валютного фонда SDR (Special Drawing Rights – специальные права заимствования).

Подводя итоги, отметим, что ПГ могут использоваться авторами как эффективный визуальный прием для привлечения внимания читателя при реализации своей установки. Воздействие ПГ с прагматической точки зрения объясняется эффектом новизны речевой единицы, актуализацией образного и семантического пластов значения.

Исследуемый материал показал, что, с точки зрения формального выражения графическими средствами, наиболее частотны графические новообразования с капитализированным иноязычным сегментом. Менее частотны неологизмы, где смыслообразующий компонент выписан латиницей строчно или осложнен вкраплениями параграфемных элементов. Выделенный латиницей компонент может локализоваться как в инициальной, так и медальной части слова, что приводит к нечеткости, размытости морфемных границ.

Полиграфиксация как явление уже прочно вошло в нашу жизнь. Сегодня можно говорить о новом словотворчестве и креативности современного пользователя, вынужденного концентрировать свое вни-

мание на усвоении различных систем графических знаков и параграфических средств, чтобы понять полученную информацию и реагировать на инновации в письменной коммуникации. В процессе обучения русскому языку студентов следует учитывать активное использование полисемиотических (гибридных, креолизованных) знаков, а также взаимодействие кириллицы и латиницы при создании неолексем и стремиться выработать у них способности безошибочной расшифровки подобного рода знаков при изучении русского языка, способы формирования его семиотической компетенции (Лазарева 2012).

ЛИТЕРАТУРА

- Амири 2012:** Амири, Л.П. Графическая окказиональность как стилеобразующее средство в текстах рекламного дискурса (на материале XX-XXI вв.). // *Известия Пензенского государственного педагогического университета*, 2012, № 27, 176 – 182.
- Амири 2014:** Амири, Л.П. Игровая природа лексико-семантической омонимии, или семантический каламбур в современной рекламной коммуникации. // *Известия Уральского федерального университета*, Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры, 2014, № 4 (132), 13 – 18.
- Высоцкая 2010:** Высоцкая, И.В. «Свое» и «чужое», или взаимодействие кириллицы и латиницы в современном рекламном тексте. // *Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского*, 2010, № 4 (2), 471 – 474.
- Гридина 1996:** Гридина, Т.А. *Языковая игра: стереотип и творчество*. Екатеринбург: Урал. ГПИ, 1996.
- Гридина, ред. 2012:** Гридина, Т.А. *Лингвистика креатива – 2: Коллективная моногр.* Под ред. Т.А. Гридиной. 2-е изд., Екатеринбург: ФГБОУ ВПО Урал. гос. пед. ун-т, 2012.
- Гугунава 2003:** Гугунава, Д.В., Первухина И. Ю., Рацибурская Л. В. *Особенности словотворчества в современной публицистике*. Н. Новгород: 2003.
- Добросклонская 2005:** Добросклонская, Т.Г. Роль СМИ в динамике языковых процессов. // *Вестник Московского университета*, Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация, 2005, №3, 38 – 53.
- Иванова 2010:** Иванова, Г.А. Графические гибриды: к проблеме языкового статуса // *Русский язык: исторические судьбы и современность: сборник трудов IV международного конгресса исследователей русского языка*. Москва, 2010, 465 – 466.

- Лазарева 2012:** Лазарева, О.А. *Лингвокогнитивные основы обучения иностранцев русской лексике*. Санкт-Петербург: Осипова, 2012.
- Маринова 2005:** Маринова, Е.В. Визуальные неологизмы: новая графика «старых» слов. // *Вестник ННГУ. Серия Филология*, Нижний Новгород: Изд-во ННГУ, 2005, Вып. 1 (6), 127 – 132.
- Нефляшева 2011:** Нефляшева, И.А. Иноязычные графические элементы в структуре окказионального слова. // *Вестник Ставропольского государственного университета*, Филологические науки, 2011, №76, Ставрополь, 91 – 99.
- Покровская 2005:** Покровская, Е.В. Газета в современной культурно-речевой ситуации. // *Русская речь*, 2005, №5, 69 – 74.
- Попова 2005:** Попова, Т.В., Рацибурская, Л.В., Гугунава, Д.В. *Неология и неография современного русского языка: учеб. пособие*. Москва: Наука: Флинта, 2005.
- Попова 2012:** Попова Т.В. Современные графо-орфографические игры: коммуникативные удачи и неудачи (на материале графикатов русского языка рубежа XX-XXI вв.). // *Лингвистика креатива-2: Коллективная моногр. Под ред. Т.А. Гридиной. 2-е изд.*, Екатеринбург: ФГБОУ ВПО Урал. гос. пед. ун-т, 2012, 199 – 233.
- Попова 2013:** Попова, Т.В. Русские графикаты как объект неографии XXI в. // *Вісник Дніпропетровського університету*, Серія: Мовознавство, Т. 21, 2013, вип. 19 (2), 172 – 180.
- Стрижак 2012:** Стрижак, А.Л. *Новые слова и их значения в современных газетных текстах (Краткий словарь-справочник)*. Гомель: ОДО Барк, 2012.
- Скляревская 2008:** *Толковый словарь русского языка XXI века. Актуальная лексика*. Под ред. Г.Н. Скляревской. Москва: Эксмо, 2008.
- Улуханов 1996:** Улуханов, И. С. *Единицы словообразовательной системы русского языка и их лексическая реализация*. Москва: АО Астра семь, 1996.
- Шагалова 2011:** Шагалова, Е.Н. *Самый новейший толковый словарь русского языка XXI века*. Москва: АСТ: Астрель, 2011.