

УДК 81.23

DOI: 10.26140/bgз3-2021-1003-0075



©2021 Контент доступен по лицензии CC BY-NC 4.0.
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license
(https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

НЕОЛОГИЗМЫ В СЛОГАНАХ СМИ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ (НА МАТЕРИАЛЕ ФРАНЦУЗСКИХ СМИ)

© Автор(ы) 2021

МАТЮШЕНКО Мария Сергеевна, преподаватель
Московский государственный областной университет

*Всероссийская академия внешней торговли Министерства экономического развития Российской Федерации
(119285, Россия, Москва, Воробьевское шоссе, 6А, e-mail: tenvetrajulian@mail.ru)*

Аннотация. Период пандемии Covid-19 детерминировал в медиапространстве французской прессы возникновение неологизмов различной «этиологии», заполнив язык средств массовой информации преимущественно медицинскими терминами и дискурсом алармизма, которые, в свою очередь, трансформировались в бытовую речь, Интернет-арго и молодёжный сленг. Эскалация словородности обусловлена освещением попыток человечества победить оперативно распространяющийся и быстро мутирующий вирус, действующий на огромные массы населения планеты вирулентно, что находит своё отражение в центральных газетах. Агрегирование данных о заболеваемости, протекании вируса, способах лечения, возникновении новых штаммов, иммунизации населения, вакцинации и карантинных мерах генерирует сообразные номинальные слоганы, озаглавливающие материалы периодических изданий. Каждый рассматриваемый пример включает ономастические реалии-неологизмы, транспарирующие формирование нового кластера французского языка с «коронавирусной» семантикой. Выборка номинативных слоганов из статей французских онлайн-изданий базировалась на материале таких центральных газет, как: Le Monde, Libération, Nice-Matin, Le Huffington Post, Les Échos, Le Temps, Le Point, независимый портал Médiapart и пр. Мониторинг неологизмов осуществлялся в номинативных слоганах статей за 2019 – 2020 годы.

Ключевые слова: неологизмы, слоганы, пресса, заголовки, СМИ, газета, французские издания, пандемия, Covid-19, словородные лексемы.

NEOLOGISMS IN MEDIA SLOGANS DURING THE PANDEMIC (BASED ON THE MATERIAL OF THE FRENCH MEDIA)

© The Author(s) 2021

MATYUSHENKO Maria Sergeevna, teacher

*Russian Foreign Trade Academy Ministry of economic development of the Russian Federation
(119285, Russia, Moscow, Vorobyovskoe highway, 6A, e-mail: tenvetrajulian@mail.ru)*

Abstract. The period of the Covid-19 pandemic determined the emergence of neologisms of various “etiologies” in the media space of the French press, filling the language of the media mainly with medical terms and the discourse of alarmism, which, in turn, transformed into everyday speech, Internet argot and youth slang. Escalation of neologisms to the coverage of humanity’s attempts to defeat the rapidly spreading and rapidly mutating virus, acting on the vast masses of the world’s population virulently, which is reflected in the central newspapers. Aggregation of data on morbidity, course of the virus, methods of treatment, emergence of new strains, immunization of the population, vaccination and quarantine measures generates consistent nominal slogans that cover the materials of periodicals. Each example under consideration includes onomastic realities-neologisms that making it transparent the formation of a new cluster of French with “coronavirus” semantics. The selection of nominative slogans from articles of French online publications was based on the material of such central newspapers as: Le Monde, Libération, Nice-Matin, Le Huffington Post, Les Échos, Le Temps, Le Point, the independent portal Médiapart, etc. Monitoring of neologisms was carried out in the nominative slogans of articles for 2019-2020.

Keywords: neologisms, slogans, press, headlines, mass media, newspaper, French publications, pandemic, Covid-19, verbal lexemes.

ВВЕДЕНИЕ

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами. Период мировой пандемии коронавирусной инфекции нового типа Covid-19 детерминировал возникновение неологизмов с «коронавирусной» коннотацией и таких взаимокоррелирующих с ними понятий, как самоизоляция и карантин. Эпидемиологическая ситуация освещается ежедневно всеми изданиями с целью проследить динамику развития заболевания, статистические данные о коронавирусе, масштабы распространения инфекции и пр., а также, помимо гнетущих проблем, адресанты информационных сообщений стараются иронизировать пандемию с целью разрядить эмоциональное напряжение социума. Следует подчеркнуть, что Франция вошла в пятёрку лидеров среди всех стран мира по числу заражений данным заболеванием (на 29 декабря 2020 г. подтверждено 2 562 646 случаев заражения Covid-19).

Анализ последних исследований и публикаций, в которых рассматривались аспекты этой проблемы и на которых обосновывается автор; выделение неразрешённых ранее частей общей проблемы. Согласно мнению Ж.-Ф. Саблейроля, концепция понятия неология зависит от конкретной интерпретации и, соответственно, может рассматриваться в нескольких аспектах: неология, несомненно, не является дискретным понятием, однако, имеет довольно разные уровни идентификации. Эта широкая и скалярная концепция объясняет вариативность

суждений о неологизмах и наличии в корпусе элементов, которые не были бы спонтанно и единодушно расценены как неологизмы [1].

В терминологии существует два типа неологических ситуаций, мотивирующих то или иное действие: (1) когда два или более деноминаций определяют одно понятие, (2) когда специальный язык не обладает необходимым наименованием, чтобы выразить то или иное понятие. В первом случае для того, чтобы обеспечить точную связь, необходимо упростить различные формы и уменьшить их до одной; во втором случае для выражения нового понятия нужна новая форма – неологизм [2].

По мнению семиолога Мариетты Дарригранд «Sur le front économique, le terme “confinement” marquera l’année 2020, comme l’expression “Grande Dépression” avait résumé la crise de 1929» [3] – «На экономическом фронте термин «ограничения» будет интерпретировать 2020 год, как когда-то выражение «Великая депрессия» подытожила кризис 1929 года» (пер. автора). К этому следует добавить словарный запас, сопровождающий меры, принятые для поддержки предприятий и домохозяйств в условиях рецессии [3].

МЕТОДОЛОГИЯ

Формирование целей статьи. Цель статьи – проследить «этиологию» возникновения французских словородных лексем, неологичность которых детерминирована стремительным распространением коронавирусной инфекции Covid-19 по всему миру и соответствующей

информации о данной проблеме по всем международным СМИ.

Постановка задания. Актуальность исследования слоганов с неологическими дефинициями обусловлена резко возросшим числом словородных лексем. Пандемия коронавируса Covid-19 отображается в лексике медицинского и алармистского дискурсов. Энигматическая специфика исследуемого заболевания экспоненциально увеличивает количество публикуемой информации в ответ на миллионы запросов читательской аудитории, актуализированной возникшим ростом нозофобии и ипохондрии, что спровоцировало алармизм большей части населения планеты и легло тяжелым бременем на системы здравоохранения во всех странах. «Немаловажную роль в эскалации страха и паники у людей играют средства массовой информации» [4], при этом существенная часть читательской аудитории благодаря периодическим изданиям стала весьма «подкованной» в тематических дефинициях, однако, «большая часть рассматриваемых неологизмов относится к обиходно-просторечной медицинской лексике» [5], что обусловлено профессиональным словотворчеством представителей массового сознания – журналистами. При этом вариативность французских неологических лексем зависит от целей статьи (информативная, развлекательная, манипулирование, экспрессивный удар и пр.) и способов словообразования.

Новизна статьи определяется отсутствием научных исследований в области филологии и журналистики на предмет французских неологизмов в газетном дискурсе, коррелирующих с развитием пандемии коронавируса нового типа Covid-19. Как подчеркивает S. Baillargeon (2020) – эта пандемия является первой в эпоху глобализации цифровых технологий. Социальные сети чрезвычайно ускорили распространение технического и научного жаргонов (*asymptotique* – *бессимптомный*, *contagiosité* – *контагиозность* (свойство инфекции передаваться от больных людей здоровым), *courbe épidémique* – *эпидемическая кривая*, *enquête épidémiologique* – *эпидемиологическое расследование*, *super-contaminateur* – *суперзаразный* и т.д.), а также маргинальных и юмористических выражений [6].

Используемые в исследовании методы, методики и технологии. Каждая эпидемия, каждая трагедия, каждый кризис могут генерировать свой собственный словарь [6; 7]. Одним из эффективных методов является образование неологизмов путём словослияния, напр., «*confinemanche*» (понятие, образованное от слова *confiner* + *dimanche*) – «замариновать», «замурыжить» (пер. автора), в значении: ограничение свободы, «призывающее» вследствие специфики самоизоляции и карантина, «впадать в спячку» [8].

Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов.

Напомним также, что понятие «*confin*» во французском кулинарном дискурсе означает процесс длительного томления продукта (чаще всего – мяса) в собственном соку при низкой температуре (до 100°C), а прил. «*confinement*» (понятие, образованное от слова *confiner* + суффикс *-ment*) в переводе с франц. – «удерживание», «ограничение», «герметизация», сущ. «*dimanche*» переводится как «воскресенье». В русском языке коннотативное значение данной лексики («*confinement*») более соответствует, полагаем, понятию «карантинкулы» или «сидидомцы» (пер. автора) (в значении: оставлять людей на карантине в их жилище с целью сохранить их здоровье). Неологизмы, связанные с ограничительными мерами, предпринимаемыми всеми государствами в период пандемии (*distanciation* – дистанцирование, *covideprime* (или *télétravail* – удаленная работа), *enseignement à distance* – дистанционное обучение, *auto-isolation* – самоизоляция и пр.), встречаются в различных номинативных слоганах французской прессы. Напр., Les Films du Confinemanche (@les_films_du_dimanche) – (Фильмы сидидомцев – пер. автора).

Если говорить о вербальном компоненте, то анализ номинальных слоганов продемонстрировал определённую закономерность. В первую очередь, журналисты обращаются к императивным конструкциям, напр., Restrictions **anti-Covid**: en France, rien ne bougera avant Noël. Libération. Le 21 décembre 2020. (*Антиковидные ограничения: во Франции до Рождества ничего не изменится* – пер. автора).

Согласно проведенному мониторингу СМИ, появление словородных лексем с коронавирусной семантикой связано, прежде всего, с изменениями в повседневной жизни, произошедшими в жизни французов (и всех людей в мире) в период введения карантинных мер.

Французское издательство Le Monde провело среди аудитории в прямом эфире соцопрос, посвященный «пандемическим» неологизмам, который продемонстрировал, что в совокупности новые слова, используемые французами, описывают праздность, тревогу, а также моменты декомпрессии, о чем свидетельствует статья с номинативным слоганом «**Lundimanche**», «**apérue**», «**coronabdos**»... les nouveaux mots du confinement. Le Monde. Le 27 avril 2020. «Вечнодельник», «аперетиверы», «коронафитнес» ... новые слова самоизоляции – пер. автора) Рассмотрим каждый неологизм подробнее:

(а) «**lundimanche**»: дефиниция **lundimanche** – «нельзядельник» или «вечнодельник» (пер. автора) произошло от слов «**lundi**» (*понедельник*) и «**mancher**» («вечный»; «нельзя»), что имплицитно характеризует повторяющийся однообразный цикл будних дней – «День сурка» – которые ничем не отличаются друг от друга в период самоизоляции, когда люди были вынуждены сидеть дома, работая удаленно и не покидать квартиру без крайней необходимости.

(б) Вследствие популяризации онлайн-вечеринок, когда каждый пользователь дома готовит себе еду и «встречается» с друзьями в видеочате, появились новые Интернет-арго. У итальянцев данное понятие называется *quarantini* (карантин + мартини), у японцев – *on-poti* (онлайн-горшок), у финнов – *kalsarikännit* (буквально: приготовленный в нижнем белье) [8], у французов появилось несколько вариантов тематических неологизмов, среди которых преимущественно «слова-чемоданы» (*mot-valise*), т.е. телескопные слова:

(1) «**apérue**» (2020 г.) (*apéritif* + *apéro* → аперитив + выпить) – «аперетиверы» (пер. автора),

(2) «**coronapéro**» (*coronavirus* + *apéro* → коронавирус + выпить) – «коронабар» (пер. автора), напр. «**Coronapéro**» virtuel: trinquer en restant confiné [9] Nice-Matin. Le 25 mars 2020 (*Виртуальный коронабар: выпить в самоизоляцию* – пер. автора);

(3) «**skypéro**» (слово произошло от слияния названия мессенджера Skype + сущ. *apéro* – апокопа от сущ. *apéritif* → Скайп + выпить) – «скайперы» (пер. автора). Напр., A l'heure de trinquer, vous êtes plutôt tchin-tchin ou «**skypéro**?» [10] Le Monde. Le 29 juillet 2020 (*Во время пьянки вы чинчинер или «скайпер»?* – пер. автора);

(4) «**whatsapéro**» – «воцаперы» (перев. автора): слово произошло от слияния дефиниций WhatsApp (название мессенджера) + апокопа *apéro* → ВатсАпп + выпить) – «Whatsapéro, immobésité ou coronials: quels sont vos mots du confinement?» Le Monde. – «Воцапер», «неподвижник» или «коронииал»: какие слова вы используете в самоизоляции? – пер. автора.

(с) Понятие «**coronabdos**» – «коронаняшка» (пер. автора) (*coronavirus* + *abdos* → коронавирус + пресс) характеризует тех людей, которые в период пандемии и режима самоизоляции активизировались: начали интенсивно заниматься спортом, не выходя из дома. Перевод данной дефиниции мы аналогизировали с таким понятием в русском языке, как «*фитоняшка*» (девушка, активно занимающаяся спортом и своей внешностью).

Причем, как отмечает A. Zigue (2020), фонема |а| является общей для таких формантов, как «**coronabdos**» и «**Whatsapéro**» [11].

Рассмотрим примеры телескопных неологизмов (Mot-valise, 2020) элементом которых является аббревиатура COVID, выступающая в роли префикса или постфикса:

(а) «**covidiot**» (*ковидиот*) – человек, который ведет себя иррационально или безответственно по отношению к пандемии COVID-19. Напр.:

- «**Covidiot**s»: des touristes critiqués après une explosion de cas dans un avion [12]. Le Point. Le 03 septembre 2020 («Ковидиоты»: туристов критикуют после взрыва в самолете – пер. автора);

- Réponse aux **covidiot**s: le COVID vu depuis un service de réanimation [13]. Médiapart. Le 6 septembre 2020 (Ответ ковидиотам: COVID видели из отделения реанимации – пер. автора);

- Quelque Covidioties... [14] Médiapart. Le 28 mai 2020 (Несколько ковидиотов... – пер. автора);

- Le néologisme «**covidiot**» dit bien ce qu'il veut dire [15]. Le Temps. Le 30 mars 2020 (Неологизм «ковидиот» хорошо говорит сам за себя – пер. автора).

(б) «**TéléCovid**» – «телековид» (пер. автора) (COVID + télévision → ковид + телевизор): Jean Castex n'a pas «**TéléCovid**», les internautes s'en amusent. Le Huffington Post [16]. Le Huffington Post. Le 12 octobre 2020 (У Жана Кастекса нет «телековида» – Интернет-пользователей это забавляет – пер. автора).

(с) «**coronanniversaire**» (coronavirus + anniversaire → коронавирус + День рождения) – «*корождение*» – пер. автора. Напр., «Скүрөгө», «**coronanniversaire**»... L'art de boire des coups en restant chez soi [17] Le Monde. Le 19 mars 2020. («Скайпер», «корождение» ... искусство пить, оставаясь дома – пер. автора).

Метатеза «**conarvirus**» – перестановка звуков или слогов в слове – встречается повсеместно в социальных сетях французов. Данное понятие произошло от дефиниции: «coronavirus» – «**conarvirus**», что в переводе можно назвать как «мерзовирус» (перев. автора), созвучное с ругательным французским словом «connard» – «мерзавец», «кидиот». Напр.:

- Le **conarvirus** met le foot ko **coronanews** (YouTube) (Мерзовирус в короновостях отправил футбол в нокаут – пер. автора);

- Confinage **coronavirus** (YouTube) (Мерзовирус уже замуровжил – пер. автора).

Сравнение полученных результатов с результатами в других исследованиях. Ввиду того, что в период пандемии человечество подвержено сильному стрессу, возник такой неологизм, как «**solastalgia**» (2020 г.) – «*соласталгия*» – произошедший от слов «solace» – «утешение» и «nostalgia» – «тоска». Данное состояние в психологии характеризуется как тоска по прежнему миру, когда еще не было пандемии – **тоска по образу жизни**, который люди могли вести до пандемии. Напр.:

- Avec «**Solastalgia**», Rennes plonge dans la fin du monde [18]. Le Monde. Le 09 novembre 2019. (В «соласталгии» Ренн погружается в конце света – пер. автора).

- Histoire d'une notion: «**Solastalgie**» ou le mal du pays quand il est bouleversé [19]. Le Monde. Le 09 novembre 2019. (История дефиниции: «соласталгия» или тоска миру, когда всё вверх дном – пер. автора).

Согласно вышепредставленным примерам слоганов, в которых присутствуют неологизмы, большинство дефиниций можно отнести к молодежному сленгу, который активно распространяется посредством Интернет-контента. По мнению Е.А. Даниленко, Н.Ф. Акимовой (2020), «специфическим направлением французского молодежного социолекта является язык общения молодежи в социальных сетях и СМС» [20]. Данному феномену активно способствовал мировой режим самоизоляции, когда люди продолжительное время были вынуждены находиться дома и не покидать его без острой необходимости. Это детерминировало всплеск виртуального общения. Таким образом, сформировался определенный социолект с коронавирусной коннотацией.

ВЫВОДЫ

Выводы исследования. Эпидемиологическая ситуация в мире в корреляции с глобализацией Интернет-контента детерминировала возникновение множества словородных лексем. Данные дефиниции преимущественно возникли в бытовом виртуальном общении в период режима карантина и самоизоляции. Активно коммуницирующая, виртуальные пользователи создали целый пласт неологизмов с коронавирусной коннотацией, который журналисты взяли за основу при написании номинативных слоганов.

Перспективы дальнейших изысканий в данном направлении. Таким образом, привлекается внимание читательской аудитории, ситуация с пандемией приобрела с точки зрения лексикологии позитивный контекст – обогащение словарного запаса новыми словами и выражениями. Среди способов образования неологизмов лидирующие позиции принадлежат телескопным выражениям (словом-челюданам) и аффиксации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Sablayrolles, J.-F. (2000): *La néologie en français contemporain. Examen du concept et analyse de productions néologiques récentes*, Paris, Honoré Champion éditeur, coll. «Lexica», no 4, 589 p.
2. Skouratov, I.V. *Caractéristiques typologiques des néologismes en français contemporain [Текст]: monographie / I.V. Skouratov; Min. de l'éducation de l'oblast de Moscou, Etablissement public d'enseignement professionnel supérieur, Univ. d'état de l'oblast de Moscou, Inst. de linguistique et de communication interculturelle.* – Moscou: MGOU, 2016. – 157 c.
3. Charrel M., Madeline B. *Chômage partiel, confinement, inégalités... les maux de la crise en dix mots.* Le Monde. Le 24 décembre 2020. URL: https://www.lemonde.fr/economie/article/2020/12/24/chomage-partiel-confinement-inegalites-les-maux-de-la-crise-en-dix-mots_6064379_3234.html. Date: 30.12.2020.
4. Храброва Е.С. Конструирование дискурса алармизма в меди-апространстве Великобритании на материале освещения пандемии Covid-19). – Актуальные вопросы современной филологии и журналистики [Текст] = Actual issues of modern philology and journalism: научный журнал / учредитель и издатель: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Воронежский государственный технический университет». – Воронеж: Воронежский гос. технический ун-т. – 2020. – № 2 (37).
5. Катермина В.В. Особенности отображения пандемии коронавируса в лексике медицинского дискурса (на основе английских неологизмов) // Волгоградский государственный педагогический университет. Известия Волгоградского государственного педагогического университета. Серия: Педагогические науки: научный журнал / учредитель: ФГБОУ ВПО «Волгоградский государственный социально-педагогический университет». – Волгоград: ВГСПУ «Перемена». – 2020. – № 4 (147).
6. Baillargeon, S. D'apérue à «zoombombing». Le Devoir. Le 14 juillet 2020. URL: <https://www.ledevoir.com/culture/582418/langue-francaise-d-aperue-a-zoombombing#>. Date: 29.12.2020.
7. Baillargeon, S. «Gabenzaun» et «coronadivorcio»: les mots d'ailleurs de la COVID. Le Devoir. Le 15 juillet 2020. URL: <https://www.ledevoir.com/culture/582447/covidomes-i-gabenzaun-i-et-i-coronadivorcio-i>. Date: 31.12.2020.
8. Audureau, W. «Lundimanche», «apérue», «coronabdos»... les nouveaux mots du confinement. Le 27 avril 2020. URL: https://www.lemonde.fr/m-perso/article/2020/04/27/lundimanche-aperue-coronabdos-les-nouveaux-mots-du-confinement_6037915_4497916.html. Date: 29.11.2020.
9. Galliano, E. «Coronapéro» virtuel: trinquer en restant confiné. Nice Matin. Le 25 mars 2020. URL: <https://www.nicematin.com/detente/coronapero-virtuel-trinquer-en-restant-confine-486070>. Date: 29.12.2020.
10. Neiman, O. A l'heure de trinquer, vous êtes plutôt tchin-tchin ou «skypéro»? Le Monde. Le 29 juillet 2020. URL: https://www.lemonde.fr/m-perso/article/2020/07/29/a-l-heure-de-trinquer-vous-etes-plutot-tchin-tchin-ou-skypero_6047619_4497916.html. Date: 30.12.2020.
11. Zrigue, A. (2020) Covid-19 Telescoping and neologisms. *International Journal of Arts and Social Science*. Vol. 3 Iss. 4.
12. «Covidiots»: des touristes critiqués après une explosion de cas dans un avion. Le Point. Le 03 septembre 2020. URL: https://www.lepoint.fr/video/covidiot-des-touristes-critiques-apres-une-explosion-de-cas-dans-un-avion-01-09-2020-2389776_738.php#xtmc=covidiot&xtmp=1&xtcr=1. Date: 29.12.2020.
13. Lancetre. Réponse aux covidiots : le COVID vu depuis un service de réanimation. Médiapart. Le 28 mai 2020. URL: <https://blogs.mediapart.fr/lancetre/blog/060920/reponse-aux-covidiot-le-covid-vu-depuis-un-service-de-reanimation>. Date: 29.12.2020.
14. Munch, J. Quelque Covidioties... Médiapart. Le 28 mai 2020. URL: <https://blogs.mediapart.fr/jean-munch/blog/280520/quelque-covidioties>. Date: 29.12.2020.
15. Perrin, O. Le néologisme «covidiot» dit bien ce qu'il veut dire. Le Temps. Le 30 mars 2020. URL: <https://www.letemps.ch/opinions/neologisme-covidiot-dit-bien-quoi-veut-dire>. Date: 31.12.2020.
16. Kassab, L. Jean Castex n'a pas «TéléCovid», les internautes s'en

amusement. *Le Huffington Post*. Le 12 octobre 2020. URL: https://www.huffingtonpost.fr/entry/jean-castex-telecovid-les-internautes-sen-amusement_fr_5f846830c5b6e6d033a5a974. Date: 29.12.2020.

17. Iribarnegaray, L. « Skypéro », « coronanniversaire »... L'art de boire des coups en restant chez soi. *Le Monde*. Le 18 mars 2020. URL: https://www.lemonde.fr/societe/article/2020/03/18/skypéro-coronanniversaire-l-art-de-boire-des-coups-en-restant-chez-soi_6033570_3224.html. Date: 30.12.2020.

18. Tonet, A. Avec « Solastalgia », Rennes plonge dans la fin du monde. *Le Monde*. Le 09 novembre 2019. URL: https://www.lemonde.fr/culture/article/2019/11/09/avec-solastalgia-rennes-plonge-dans-la-fin-du-monde_6018581_3246.html. Date: 30.12.2020.

19. Dupont, M. Histoire d'une notion: « Solastalgie » ou le mal du pays quand il est bouleversé. *Le Monde*. Le 09 novembre 2019. URL: https://www.lemonde.fr/idees/article/2019/03/27/histoire-d-une-notion-solastalgie-ou-le-mal-du-pays-quand-il-est-bouleverse_5442222_3232.html. Date: 30.12.2020.

20. Даниленко Е.А., Акимова Н.Ф. Французский молодёжный социолект и формирование на его материале социолингвистической компетенции старшеклассников // Язык. Культура. Коммуникация: материалы студенческой научно-практической конференции, г. Барнаул, 15 мая 2020 года / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Алтайский государственный педагогический университет» (ФГБОУ ВО «АлтГПУ»); отв. ред. С. С. Примак. – Барнаул: Алтайский государственный педагогический университет, 2020.

Статья поступила в редакцию 31.01.2021

Статья принята к публикации 20.05.2021