

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»

НОВЫЕ ГОРИЗОНТЫ РУСИСТИКИ

Материалы XII Международной научной конференции студентов
и молодых ученых, посвящённой памяти Г. И. Рихтера

Донецк, 11 марта 2025 года

Электронное текстовое издание



Донецк
Изд-во ДонГУ
2025

© ФГБОУ ВО «ДонГУ», 2025
ISBN 978-5-00262-009-8

УДК 811.161.1'1(062.552)

ББК Ш12=411.2я431

Н766

Н766 **Новые горизонты русистики:** материалы XII Международной научной конференции студентов и молодых ученых посвященной памяти Г. И. Рихтера : Донецк, 11 марта 2025 года / ФГБОУ ВО "Донецкий государственный университет"; редколлегия: В. И. Теркулов (ответственный редактор) [и др.]. – Донецк: ДонГУ, 2025. – 114 с. – URL: <http://repo.donnu.ru:8080/jspui/handle/123456789/5118>. – Текст: электронный.

ISBN 978-5-00262-009-8

Рецензенты

Головачева Ольга Алексеевна — доктор филологических наук, доцент кафедры русского языка Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

Филатова Елена Владимировна — доктор филологических наук, доцент, заведующий кафедрой английского языка для естественных и гуманитарных специальностей Донецкого государственного университета.

За содержание статистической и фактологической информации несут ответственность авторы публикаций.

УДК 811.161.1'1(062.552)

ББК Ш12=411.2я431

ISBN 978-5-00262-009-8

© ФГБОУ ВО «ДонГУ», 2025

ХII Международная научная конференция студентов и молодых ученых,

посвящённая памяти Г. И. Рихтера

«НОВЫЕ ГОРИЗОНТЫ РУСИСТИКИ»

Ответственный редактор: **Теркулов В. И.** — доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой русского языка ФГБОУ ВО «ДонГУ», старший научный сотрудник;

Ответственный секретарь: **Гладкая Н. В.** — кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка ФГБОУ ВО «ДонГУ», старший научный сотрудник;

Технический редактор: **Бурляй А. С.** — старший преподаватель кафедры русского языка ФГБОУ ВО «ДонГУ», младший научный сотрудник;

Редакционный комитет: **Курмакаева Н. П.** — кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка ФГБОУ ВО «ДонГУ», старший научный сотрудник;

Евсеева М. Г. — кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка ФГБОУ ВО «ДонГУ», старший научный сотрудник;

Панчехина М. Н. — кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка ФГБОУ ВО «ДонГУ», старший научный сотрудник;

Стебунова А. Н. — кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка ФГБОУ ВО «ДонГУ», старший научный сотрудник;

Кулиш С. В. — старший преподаватель кафедры русского языка ФГБОУ ВО «ДонГУ»;

Суслова И. А. — старший преподаватель кафедры русского языка ФГБОУ ВО «ДонГУ»;

Казанцева И. Г. — старший преподаватель кафедры русского языка ФГБОУ ВО «ДонГУ».

С о д е р ж а н и е

Лексикология и стилистика

Астанина Д. Р. Языковая игра в номинации заведений питания Донецка	5
Аксенова К. А. Фразеологизмы с оценкой умственных способностей человека в русском языке	7
Атабиев Р. И. Анализ лексических инноваций: изучение новых слов и выражений в военном русском языке, их источников и функциональных особенностей	9
Гринько Е. А. Новейшие номинации сферы искусства в русском языке	11
Дворчук В. А. Анализ языковых особенностей рекламного текста «Эйвон»	14
Русакова Ю. Е. Средства конструирования позитивного медиаобраза территории (на примере интернет-издания «Трамплин»)	15
Сосновский Б. И. Прагматическое воздействие лингвостилистических приемов в заголовках интернет-изданий	17
Сомов А. С. Освоение иноязычной лексики в политическом медиадискурсе (на материале политических передач и интернет-СМИ)	19
Жаворонко Е. О. Неологизмы в языке модных блогеров: создание собственного стиля и установление трендов	21
Криушичева В. А. Языковые особенности рекламы медицинских препаратов	23
Марченко А. С. Переносное значение названий одежды и обуви в современном русском языке	25
Моисеева П. Н. Вербальная и визуальная метафора в рекламе автомобилей	27
Попова О. А. Взаимодействие вербального и невербального компонентов в поликодовых рекламных текстах (на материале рекламы российских вузов)	29
Светлова А. В. Лексикографический портрет слова «мейнстрим»	32
Ганина А. В. Особенности речевого поведения политика (на примере выступлений президента российской федерации В. В. Путина)	34
Шайтур А. С. Особенности студенческого жаргона молодежи Донбасса	37
Шведченко П. Р. Интенционально нагруженные эвфемизмы как элемент публицистических текстов донецких СМИ	39

Дискурсология и генристика

Гербутова В. В. Способы и средства сленгизации речи современной донецкой молодежи	42
Канболова Ю. П. Динамика речевого пространства дончанина	44
Менякина А. А. Метафоризация бессмертия русской истории в публицистическом дискурсе А. А. Проханова	46
Петрова А. А. Создание образа сибирской кухни с помощью лексики	48
Пожидаева Д. А. Современный цифровой этикет как социокультурное и лингвистическое явление	50
Тохтарова В. И. Использование эргонимов в формировании уникального торгового предложения в социальных сетях	52
Яковлева В. А. Явление «удлинения» эмоциональных междометий в русских диалектах	55
Авдийчук Е. Н. Сакральная лексика в современной языковой картине мира	57
Гилязова А. Е. Институциональный дискурс права (юридический дискурс) как пространство реализации языковой личности юриста	58
Самойлова С. А. Дискурс катастрофы: политическая интерпретация трагических событий в СМИ	60

Соколовская А. А. Деструктивный социальный идеал в русском языковом сознании XIX – начала XX вв.	62
Кулакова А. Р. Концепт болезнь в русской языковой картине мира: динамический аспект	65

Методика преподавания русского языка

Марушко А. А. Использование технологии образовательного квеста на современных уроках в 7-м классе при изучении раздела «причастие» как способ повышения интереса у школьников к изучению русского языка	67
Носивец А. В. Комплекс упражнений для работы с глаголами при обучении чтению в практике преподавания РКИ	69
Янь Мэнцян Типология интонационных ошибок китайских учащихся в русских простых предложениях	72
Агафонова К. Е. Лингвокогнитивистика в преподавании РКИ: понимание имплицитной информации (на примере намёков)	74

Словообразование и грамматика

Агаркова М. Д. Адъективные квазиаббревиатуры в русском языке	77
Алтухова А. А. Множественная эквивалентность инициальных аббревиатур	78
Кириченко Т. А. Сложносокращенные онимы как квазиаббревиатуры	80
Ларина А. А. Семантика составных аббрекконструктов в эквивалентностном изложении	82
Смирнова И. Р. Комплексная характеристика аббрекконструкта (на примере аббрекконструкта лес(о)-)	84
Сытник А. К. Множественная эквивалентность как отражение текстовой полисемии аббревиатуры	86
Емельянова К. Ю. Аббревиатурно-квазиаббревиатурное гнездо эквивалентности в синхронии и диахронии	88
Абдуева Д. Д. Аббревиатурная парадигма: к определению понятия	90
Чистоклетова А. В. Аббревиатурные парадигмы в словнике толкового словаря сложносокращенных слов русского языка	92

Литература и лингвистический анализ художественного текста

Калмыкова Д. А. Лексика со значением «народный костюм» как отражение культуры быта в художественных произведениях Н. В. Гоголя	95
Кормилаева А. А. Репрезентация концепта «поэт» в творчестве современных лириков (на материале стихотворений Б. Рыжого, О. Чухонцева, М. Степановой)	97
Ошейко С. П. Негативная антропология в малой прозе Ф. К. Сологуба (на материале рассказа «Конный стражник»)	99
Пилатовская С. В. Система колоративов в языковой картине мира А. И. Куприна	101
Прутяная Е. В. Преступник как лингвокультурный типаж в творчестве Ф. М. Достоевского	104
Ружило А. А. Структурно-семантический способ описания окказионализмов в поэзии	106
Торопыно Д. И. Цветовые образы в повести «Гранатовый браслет» А. И. Куприна в рецептивном акте читательского восприятия	108
Чернышова К. Д. Лексико-семантическое поле «тоска» как отражение русской языковой картины мира	110

Лексикология и стилистика

УДК 81'38

Д. Р. Астанина

*Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»
(Научн. рук. — канд. филол. наук, доц. А. Н. Стебунова)*

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА В НОМИНАЦИИ ЗАВЕДЕНИЙ ПИТАНИЯ ДОНЕЦКА

Ключевые слова: языковая игра, приём, эргонимы, названия заведений.

Актуальность исследования связана с важностью изучения названий заведений питания Донецка как одного из самых динамичных слоёв городской лексики. Названия заведений питания, относящиеся к категории эргонимов, особенно чувствительны к политическим, экономическим и культурным трансформациям.

В современной науке выделяются два основных подхода к пониманию сущности языковой игры. Первый подход, предложенный Т. А. Гридиной, рассматривает языковую игру как намеренное отклонение от языковых норм [1]. Второй подход, представленный С. Ж. Нуховым, предполагает, что языковая игра возникает спонтанно, в процессе выражения мыслей, без осознанного намерения [2].

На наш взгляд, языковая игра может проявляться как на сознательном, так и на бессознательном уровне. В первом случае это происходит, когда человек сознательно нарушает нормы языка, например, в профессиональной деятельности (маркетологи, комики, писатели при создании юмористических или других произведений). Во втором случае языковая игра возникает непроизвольно, когда человек пытается выразить свои идеи.

Что касается названий заведений питания, языковая игра в них чаще всего является осознанным приёмом, направленным на достижение прагматического эффекта, то есть воздействия на потенциального клиента.

Языковая игра представляет собой уникальное явление, которое возникает в результате творческой деятельности человеческого мышления и присуще исключительно человеку. Процесс создания нового названия в определенной степени также можно считать игрой, которая рассматривается как один из видов языковой игры, обладающий своими специфическими принципами и методами реализации.

В языке существует множество приёмов реализации языковой игры, таких как метафора, метонимия, рифма, каламбур, использование прецедентных текстов и другие.

Языковая игра в названиях заведений питания также реализуется различными способами. С учетом рассмотренных классификаций можно выделить следующие приёмы языковой игры в номинации заведений питания: метафоризация, метонимизация, гибридизация, прецедентность, рифмовка, морфологическая трансформация, сочетание несочетаемого.

Т. А. Гридина пишет, что в основе языковой игры находится отход от стереотипа и ассоциативное мышление человека [1, с. 10]. Исходя из этого, метафору, метонимию и прецедентность можно использовать в названиях заведений питания и проявления творчества номинатора через использование ассоциативного потенциала лексем.

Так, например, чайный клуб «Золотой Жук» передаёт нам скрытый смысл уникальности данного заведения, а «золотой» может ассоциироваться с жёлтым цветом

чая. Название кофейни «Добрый Лев» построено на контрасте, где образ льва используется для передачи определённых качеств заведения: сочетание силы, мастерства и гостеприимства. Название ресторана «Плакучая Ива» говорит нам о том, что там мы сможем окунуться в спокойную, расслабляющую атмосферу, ведь плакучая ива часто ассоциируется с умиротворением, гармонией и природной красотой.

В процессе создания метафоры участвуют четыре элемента: объект в прямом значении, его свойства, объект в переносном значении и его свойства. Многие исследователи подчеркивают двойственную природу метафоры, что связано с тем, что метафора работает с двумя объектами, между которыми существует определенная когнитивная связь.

Метонимизация, в свою очередь, предполагает создание нового названия на основе другого, используя принцип смежности.

Название ресторана «Пятница» может метонимически указывать на конец рабочей недели, когда люди расслабляются, встречаются с друзьями и посещают рестораны. В этом случае название ассоциируется с отдыхом, праздником и приятным времяпрепровождением. В названии кофейни «Сливки» используется часть (сливки) для обозначения целого (кофе или кофейня). Оно подчёркивает связь с кофейными напитками, их качеством и атмосферой наслаждения. Кафе «Темаки» подчёркивает специализацию ресторана на японской кухне и создаёт чёткую ассоциацию с суши и роллами, так как блюдо темаки это разновидность суши.

Оба приёма — метафора и метонимия — предполагают игру смыслами, поскольку «старое» название переносится на новый объект, что приводит к своеобразной замене значений. «Языки различаются по степени использования метафорических обозначений по сравнению с другими способами номинации, такими как метонимия» [3].

Гибридикация — относительно новый приём языковой игры, который возник под влиянием глобализации и активного взаимодействия между языками и культурами. Этот приём предполагает использование в одном названии заведения питания лексических элементов из двух или более языков. Такие названия можно назвать «компромиссными», поскольку они отражают баланс между родной и чужой культурой: с одной стороны, сохраняется связь с родным языком и традициями, с другой — демонстрируется открытость к другим языкам и культурам.

Так, название «Зелёная бургерная» образовано путём соединения английского слова «burger» и русского суффикса -н-, а также окончания -ая», которые обычно используется для обозначения заведений («пельменная», «блинная»). Название SushiHome также сочетает в себе элементы разных языков. Слово «Sushi» японского происхождения, а «Home» английского. Сюда же можно отнести и кафе «Суши Хаус».

Прецедентность как приём языковой игры широко используется при создании названий заведений питания. Она выражается в обращении к известным текстам, названиям фильмов, литературных произведений, их героям, музыкальным композициям, именам знаменитых личностей (художников, певцов, актеров, политиков, писателей, меценатов и т. д.). Сюда можно отнести кафе «Гуси-Лебеди», «Гермес», «Зевс», «Лукоморье», «Пиноккио». Одним из таких мест в Донецке является кондитерский дом «Онегин», название которого территориально обусловлено тем, что находится на бульваре Пушкина.

Рифмовка как приём языковой игры встречается в названиях заведений питания не так часто. Она предполагает создание названия, в котором слова или их части созвучны по окончаниям. К примеру, кафе «Жарим-Парим» или Кофейня «Котофейня».

Рассмотренные приёмы языковой игры тесно связаны с функциями названий заведений питания. Например, метафора часто служит для создания уникального

образа заведения. Метонимия, в свою очередь, помогает идентифицировать заведение через его название, указывая на специфику предлагаемой кухни (например, такие названия, как «Шаурма» или «Пельмень» в Донецке). Все приёмы языковой игры направлены на выполнение главной функции названия — привлечение внимания потенциального клиента. При этом, для названий заведений питания характерно сочетание нескольких приёмов языковой игры в одном названии.

Языковая игра как уникальное явление языка превращает названия заведений питания в своеобразное «окно», через которое в строгую систему языка проникают новейшие языковые тренды. Это тот случай, когда творчество проникает в повседневную жизнь и становится её неотъемлемой частью.

Одной из ключевых причин активного использования языковой игры в названиях заведений питания является возможность выделить конкретное заведение среди множества других, включая конкурентов. В этом контексте название играет решающую роль.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гридина Т. А. Языковая игра: стереотип и творчество / Т. А. Гридина — Екатеринбург: Урал. ГПИ, 1996. — 215 с.
2. Нухов С. Ж. Языковая игра в словообразовании: На материале лексики английского языка: дис. ...д-ра филол. наук: 10.02.04 / Нухов Салават Жавдатович. — М., 1997. — 372 с.
3. Пономарева О. Б. Субстандартная семантическая деривация: когнитивно-коммуникативный аспект / О. Б. Пономарева, Н.Ю. Шабалина. — Тюмень: Тюменский государственный университет, 2013. — 244 с.

УДК 81'373

К. А. Аксенова

*Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»
(Научн. рук. — канд. филол. наук, доц. Н. П. Курмакаева)*

ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С ОЦЕНКОЙ УМСТВЕННЫХ СПОСОБНОСТЕЙ ЧЕЛОВЕКА В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Ключевые слова: интеллект, умственные способности, фразеологизм, фразеология.

В нашем исследовании анализируются русские фразеологизмы, отражающие умственные способности человека. Производится комплексный анализ фразеологических средств оценки умственных способностей человека и устанавливаются особенности их функционирования в языке.

Актуальность данной работы заключается в том, что ум и интеллект считаются ключевыми внутренними качествами, по которым оценивается индивид. В русской фразеологии накоплен значительный массив единиц со значением оценки умственных способностей личности. Полагаем, что их изучение позволяет проследить национальное представление о человеке как о носителе знаний, выявить особенности его ментальной деятельности и эмоционального состояния.

Цель работы — произвести комплексный анализ фразеологических средств оценки умственных способностей человека и установить особенности их функционирования в языке. На достижение данной цели направлено решение следующих задач: охарактеризовать высокий и низкий уровень развития интеллектуальных способностей; представить базовую оппозицию и классификацию фразеологизмов, связанных с

умственными способностями; произвести анализ собранной картотеки оценочных фразеологизмов с выявлением их роли в различных текстах.

Материал исследования извлекался методом сплошной выборки из словарей фразеологизмов А. И. Фёдорова [3] и ФСРЯ (под ред. А. И. Молоткова) [4]. Всего собрана и обработана картотека в объеме 200 единиц.

Известно, что в сознании носителей русского языка интеллектуальные свойства личности отражены прежде всего в оппозиции «умный — дурак». Языковые единицы, описывающие интеллектуальную деятельность, позволяют оценить личность по уровню её интеллектуальных способностей, четко разделяясь на указанной оси: умный — это знающий, толковый, гениальный, а дурак — это глупый, узколобый, тупой и т.п., а также характеризуют побочные, дополнительные интеллектуальные способности индивида: сообразительный, сметливый, догадливый, находчивый), в том числе и такие качества мыслительных процессов, как острый, пронизательный, тонкий ум, или, наоборот, отсутствие, недостаток, лишение, потеря ума и т.п.

Умный человек представлен в идиомах как человек, обладающий положительными качествами, у которого *голова (котелок) варит, голова светлая*, который *схватывает на лету*. Он отличается прозорливостью, сообразительностью: *его на мякине не проведешь, на кривой не объедешь, он ловит (схватывает) на лету*. Согласно мнению С. Г. Воркачева, лексемы «ум» и «разум» выступают в качестве ключевых терминов для обозначения интеллектуальных способностей [1, с. 156]. Положительная коннотация единиц «ум» и «разум» расширяется в художественной речи за счет генитивных метафор с лексемой «разум»: *лоза разума, крылья разума, солнце разума, свеча разума, луч разума*, хотя в метафорах разума иногда встречается и отрицательная коннотация: *зной разума*. Устойчивые выражения уточняют представления об умном человеке всегда с положительной коннотацией (*голова на плечах, голова варит*).

Отрицательная коннотация единиц, связанных с лексемой «дурак» (глупость, тупость) расширяется благодаря устойчивым выражениям: *без ума голова котел; без ума голова — ногам пагуба; лишиться ума; потерять рассудок; как свинья в апельсинах; дуб дубом; пень пнем*. Дурак, в отличие от умного, обладает *дырявой, садовой головой*, у него *мозги набекрень* или он таковых вообще не имеет; у дурака *голова мякинная, пустая, дырявая, дубовая*; мозг устроен особым образом: *одна извилина в мозгу и та прямая*. Фразеологизмов, обозначающих дурака, больше, чем фразеологизмов, обозначающих умного человека.

Фразеологические единицы, с помощью которых передаются интеллектуальные свойства личности, чаще всего синонимизируются с адъективами (*голова садовая* — несобразительный, непонятливый; *пустая голова* — глупый, тупой; *дырявая голова* — рассеянный, забывчивый; *голова на плечах, с головой* — умный, прозорливый, пронизательный, смывленный, толковый). Определение умственных способностей личности связано с определенной оценкой; единицы, называющие эти свойства, могут быть распределены по группам с использованием абсолютной оценки «хороший — плохой».

Следовательно, умный человек не только хорошо и быстро соображает (*схватывает на лету*), но и много знает (*ума палата*), умеет донести свои соображения и *уложить всё по полочкам*. О дураке, согласно лексико-фразеологическим материалам, можно сказать значительно больше, потому что он под особым прицелом окружающих. Ограниченность дурака может быть обусловлена отсутствием природных задатков или отсутствием образования: *круглый идиот, пустоголовый болван*. Дурак производит отталкивающее впечатление (*хоть кол на голове теши*), тогда как внешние признаки умного человека не номинируются [2, с. 4].

Проделанная нами работа свидетельствует о том, что изучение фразеологического состава русского языка занимает важное место в формировании духовно-нравственных ценностей общества, позволяет проникнуть в ментальность нации, дать оценку интеллектуальным способностям человека, на основании чего воспитать особое отношение к человеку как представителю социума. В этом направлении предстоит еще много сделать, чтобы понять весь потенциал русской фразеологической картины мира, её значимость в общей национальной языковой картине мира, совершенно специфической, уникальной; чтобы выявить все языковые механизмы, данные человеку говорящему для речевого воздействия и корректировки содержания в угоду определенным целям коммуникации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Воркачев С. Г. *Lumen naturale: аксиология интеллекта в языке: монография* / С. Г. Воркачев. — 2-е изд., стер. — М.: ФЛИНТА, 2017. — 296 с.
2. Кусова М. Л. «Умный дурак»: специфика репрезентации интеллекта в пространстве русского языка // Политическая лингвистика. 2012. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/umnyy-durak-spetsifika-reprezentatsii-intellekta-v-prostranstve-russkogo-yazyka>
3. Федоров А.И. Фразеологический словарь русского литературного языка. — М: Астрель: АСТ, 2008. — 828 с.
4. Фразеологический словарь русского языка / Под ред. Молоткова А.И. — 7-е изд., испр. — М.: АСТ Астрель, — 2006. — 524 с.

УДК 81`373.613

Р. И. Атабиева

*Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х. М. Бербекова»
(Научн. рук. — канд. филол. наук М. Ч. Кремиокалова)*

АНАЛИЗ ЛЕКСИЧЕСКИХ ИННОВАЦИЙ: ИЗУЧЕНИЕ НОВЫХ СЛОВ И ВЫРАЖЕНИЙ В ВОЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ, ИХ ИСТОЧНИКОВ И ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ

Ключевые слова: *военный язык, лексические инновации, военный дискурс, военная терминология, заимствования, словообразование, аббревиатура.*

1. Военный язык как специфическая подсистема: военный дискурс представляет собой особую лингвистическую подсистему с уникальной лексикой, грамматическими структурами и стилистическими особенностями, оптимизированными для точной и эффективной передачи информации в военной сфере.

2. Актуальность изучения лексических инноваций: изучение лексических инноваций в военном дискурсе критически важно для понимания изменений в языке, отражающих технологические и социально-политические трансформации в армии и обществе. Это необходимо специалистам военного дела, переводчикам, журналистам и исследователям. Современные изменения в русском военном языке: современный русский военный язык претерпевает значительные изменения под влиянием технологического прогресса, военно-политической ситуации и новых социальных явлений.

3. Непрерывное расширение лексического фонда: лексический фонд русского языка постоянно расширяется, отражая изменения в жизни общества — от

политической структуры до развития науки, техники и культуры. Этот процесс особенно интенсивен в периоды социальных потрясений.

4. Способы обогащения словарного фонда военного русского языка. Словообразование как один из основных механизмов лексического обогащения: создание новых слов на основе существующих морфем и словообразовательных моделей.

5. Заимствования из других языков как второй важный источник пополнения лексического состава языка. Заимствуются не только слова для обозначения новых понятий, но и синонимы к уже существующим словам, расширяющие синонимические ряды (примеры: дилер — посредник, секьюрити — охранник).

6. Ассимиляция заимствований: заимствование — не просто механическое копирование, а сложный процесс, включающий фонетическую, графическую и лексическую ассимиляцию заимствованных слов в соответствии с нормами русского языка.

7. Заимствования в научной и технической лексике: значительная часть заимствований приходится на терминологию в науке и технике, включая военную сферу. Заимствованные термины часто отличаются большей точностью и специфичностью значения по сравнению с русскими аналогами.

8. Закон языковой экономии и заимствования: заимствование часто обусловлено законом языковой экономии — замена сложных описательных оборотов более короткими и точными заимствованными словами (пример: снайпер вместо «меткий стрелок»).

9. Способы заимствования: основными способами заимствования являются транскрипция (сохранение звуковой формы: альянс — alliance, атака — attack, бомба — bomb, и т. д.), транслитерация (сохранение написания: арсенал — arsenal, бандит — bandit, дисплей — display и т. д.) и калькирование (дословный перевод: вотум недоверия — non-confidence vote, миротворческая деятельность — peacekeeping activity и т. д.).

10. Сленговые выражения и жаргонизмы. В военной среде активно используются сленговые выражения, которые часто возникают в результате метафоризации или сокращения. Военный жаргон как открытый, подвижный пласт лексики отражает не только разнообразную деятельность военнослужащих: кроме профессиональной деятельности, в нем фиксируется отношение военных к бытовым условиям и межличностные взаимоотношения. Классификация жаргонов: 1) тематические группы, отражающие военно-профессиональную деятельность; 2) тематические группы, отражающие военно-бытовую сторону жизни военнослужащих; 3) межличностные отношения.

11. Аббревиации и сокращения в военном дискурсе: аббревиации и сокращения широко используются в военном дискурсе для повышения эффективности коммуникации, особенно важной в условиях оперативной необходимости. Структурная классификация инициальных аббревиатур (по Д. Э. Розенталю): 1) буквенные (БМП — боевая машина пехоты, ВДВ — воздушно-десантные войска); 2) звуковые (АСУВ — автоматизированная система управления войсками); 3) смешанные (БПЛА — беспилотный летательный аппарат, ДРЛО — дальнее радиолокационное обнаружение). Классификация сложносокращенных слов: 1) слоговые аббревиатуры (спецназ, штрафбат); 2) смешанные аббревиатуры (врио, главк); 3) слоگو-словная аббревиатура (подлодка, авиаразведка).

Лексические инновации как индикатор изменений: лексические инновации в военном русском языке отражают изменения в военной сфере и обществе. Их изучение помогает не только зафиксировать новые явления, но и понять механизмы языковой адаптации к новым условиям. Анализ источников и функциональных особенностей

новых слов и выражений способствует более глубокому пониманию процессов, происходящих в военной сфере, и их отражения в языке.

Динамика военной лексики: военная лексика — динамичная открытая система, постоянно формирующаяся, дополняющаяся и трансформирующаяся под воздействием изменений в русском языке. Многие её элементы стали частью общеупотребительного языка.

Заключение: изучение лексических инноваций в военном дискурсе — ключевой инструмент для понимания изменений в военной сфере и их отражения в языке. Анализ жаргонизмов, аббревиатур и других лексических инноваций позволяет выявить тенденции развития военного языка и его интеграции в общеязыковую систему.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арапова Н.С. Калька / Н.С. Арапова // Языкознание. Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. — М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. — С. 211.
2. Бабаян В.Н. Основные способы заимствования иностранных слов в русской военной терминологии (переводческий аспект) / В.Н. Бабаян // Лингвистические аспекты совершенствования современной системы высшего образования: материалы Международной научно-практической конференции (30 апр. 2015 г.): в 2 т. Т.1 Омск: Изд-во АНО ВПО «Омский экономический институт»; — ОАБИИ, 2015. — С. 14-18.
3. Захарчук О.А. Тематическая классификация военного жаргона как отражение профессионального восприятия военнослужащих. Вестник Челябинского государственного университета. 2011. № 24 (239). Филология. Искусствоведение. — Вып. 57. — С. 224–226.
4. Казакова Т.А. Практические основы перевода / Т.А. Казакова. — СПб.: «Союз», 2000. — 320 с.
5. Кривенков Н.С., Бабаян В.Н. Иноязычные заимствования как один из основных способов пополнения военной, политической и технической терминологии современного русского языка через призму перевода. Семьдесят третья всероссийская научно-техническая конференция студентов, магистрантов и аспирантов высших учебных заведений с международным участием. 20 апреля 2020 г., Ярославль: сб. материалов конф. В 2 ч. Ч. 1. — Ярославль: Издательство ЯГТУ, 2020. — С. 826-831.
6. Ле А. — Аббревиация как способ словообразования в русской военной терминологии (на материале текстов СМИ) // Филология: научные исследования. — 2019. — № 3. DOI: 10.7256/2454-0749.2019.3.30193 URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=30193

УДК 81'42

Е. А. Гринько

*Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»
(Научн. рук. — канд. филол. наук, доц. Н. Е. Касьяненко)*

НОВЕЙШИЕ НОМИНАЦИИ СФЕРЫ ИСКУССТВА В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Ключевые слова: номинация, неониминация, неологизм, новое слово, сфера искусства, заимствования, неозаимствования.

Новые реалии и инновации в различных сферах человеческой жизни требуют для себя не просто имени, а нового языкового материала. В связи с этим актуален вопрос о появлении новых номинаций в русском языке.

За последние пару десятилетий облик русского языка претерпел значительные изменения. Наблюдаемые перемены связаны преимущественно с социокультурными изменениями, которые привели к значительным трансформациям в соотношении вариантов языковой нормы.

На данном этапе развития русистики характерно изучение не только самой лексической системы. Актуальным становится исследование процессов, изучением которых занимается *неология*, рассматривающая вопросы возникновения новых слов, новые тенденции в словообразовании, стилистическую сочетаемость неологизмов и т.п.

В современных работах по лексикологии, в частности о проблемах *неологии*, используется несколько синонимичных терминов для обозначения новых лексических единиц: *лексические инновации*, *лексические новшества*, *инновации*, *новообразования (лексические и индивидуально-авторские)*, *новые слова*, *собственно неологизмы*, *новые номинации*. В данной работе мы оперируем термином **новейшие номинации или неономинации**, который отражает активные процессы в области лексического словообразования.

Каждая эпоха обогащает язык новообразованиями, отображающими тенденции социума. Дэвид Кристал даёт следующее объяснение данному явлению: «Язык всегда отражает социальные предпосылки: язык — это люди, поэтому он зависит от того, что происходит с людьми» [1].

Прежде чем говорить о неономинациях, следует поговорить о неологизмах. О. С. Ахманова и М. И. Фомина *неологизмами* называют слова, которые появляются для обозначения новых понятий о предметах, явлениях и т. д.

Что же касается термина «неономинация» или «новая номинация», то это «номинация, то есть наименование новых реалий, новых объектов, единиц лексики» [4, с. 5]. Появление новых реалий, предметов материальной и духовной культуры определяют необходимость выявления такой задачи языка, по определению А. А. Уфимцевой, как «обеспечение всех сфер жизнедеятельности человека новыми именованиями» [5, с.88].

Таким образом, лексическая номинация рассматривается с точки зрения ее структуры как языкового знака и ее связи с означаемым феноменом. Механизм неологической номинации непосредственно сопряжен с познавательным процессом, а сам акт неономинации рассматривается как динамический процесс, отражающий работу языкового сознания [2].

Сегодня сфера искусства является одной из самых быстро пополняемых сфер по своему лексическому составу и его разнообразию. Это связано с тем, что искусство, являясь средством выражения действительности, старается как можно точнее дать отклик на происходящее в нашей жизни, отразить смену событий и появление новых тенденций. Наиболее плодотворными являются номинации, появившиеся посредством заимствования, в таком случае корректнее говорить о *неозаимствованиях*.

Заимствование лексики — один из наиболее активных языковых процессов в современном русском языке (работы Л. П. Крысина, В. Г. Костомарова, Э. Ф. Володарской, М. А. Кронгауза, И. А. Стернина, Е. В. Мариновой и др.). Обозначившись в 80-е гг. XX в., он не потерял своей актуальности по сей день, ср. новейшие заимствования: *блэкаут*, *митап*, *газлайтинг*, *каминг-аут*, *инфлюенсер*, *фоллоу-ап* и др. Попав на почву языка-реципиента, заимствования не только входят в речевой обиход, но и влияют на языковую систему, в частности, на лексическую парадигматику [3].

При семантическом анализе инновационных образований возникают трудности при определении лексического значения данных единиц. Такого ряда вопросы решаются с помощью обращения к словарям иностранных слов, толковым словарям, словарям неологизмов, морфемным словарям, если же отсутствуют какие-либо сведения об анализируемой единице, то значение определяется на основании контекстного употребления.

Усиление значения процесса неозаимствования в русском языке происходит за счёт возросшего влияния Интернета на нашу жизнь. Социальные сети, в особенности такие, как Telegram, TikTok, медиа-журналы, личные блоги, каждый день приносят в нашу жизнь новые слова. В русском языке такие новшества становятся важным индикатором в культурной жизни, а их усвоение и интеграция в обыденный лексикон свидетельствует о растущем интересе к различным формам художественного самовыражения.

Одно из наиболее заметных влияний на современное искусство оказали технологии. Появились такие понятия, как *цифровое искусство*, *VR-арт*, *видеоинсталляции* и *интерактивные инсталляции*, *веб-арт*, *генеративное искусство*, которые открыли новые горизонты для творческих деятелей. Цифровое искусство охватывает широкий спектр направлений — от компьютерной графики до цифровой живописи и анимации.

Искусство отражает современные тенденции и охватывает актуальные общественные проблемы. Также новейшие номинации сферы искусства касаются социальных практик в искусстве, отражая состояние сообщества творческих личностей. Всё ещё наиболее частотное появление номинаций с формантом *арт*: *арт-бизнес*, *арт-вечеринка*, *арт-истеблишмент*, *арт-дилер* и др. Появляется всё больше номинаций, обозначающих совместную деятельность творческих личностей: *арт-кластер*, *арт-коллаборация*, *арт-парк*, *арт-площадка*, *арт-сообщество* и др.

С учётом глобальных экологических проблем возникло использование терминов, связанных с экоискусством: *экоарт*, *биоарт*, *биохудожник*. Появление данных номинаций привлекают внимание к тому, что художники активно поддерживают идеи устойчивого развития, подчёркивая важность сохранения природы.

Появление множества новых стилей и тенденций влечёт закономерное появление новых номинаций, дающих языковую жизнь данным новшествам. Проведя исследовательскую работу можно говорить о том, что неозаимствования семантически можно разделить на следующие группы: названия жанров и направлений, род деятельности, профессия, предметы, связанные с той или иной сферой.

В заключение, новейшие номинации в сфере искусства в русском языке открывают окно в мир современных художественных практик и концепций. Постоянное обновление лексикона отражает актуальные тренды и настроения в обществе, а также показывает, как культура и искусство реагируют на вызовы времени. Это свидетельствует о том, что активные процессы словопроизводства отражают не только трансформации в жизни общества, но и изменения в лексической системе языка и её деривационном потенциале.

ЛИТЕРАТУРА

1. Акуленко В. В. Вопросы интернационализации словарного состава языка. Харьков: Изд-во Харьков. ун-та, 1972. — 215 с.
2. Кольцова О. В. Лексико-семантическая группа как единица описания языковой картины мира // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Социология. Политология. — 2010. — №1.
3. Ольховская А. И. Специфика синонимических заимствований в современном русском языке // МИРС. — 2022. — №2.
4. Стернин И. А. Социальные факторы и развитие современного русского языка / Теоретическая и прикладная лингвистика. Выпуск 2. Язык и социальная среда. Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. — С. 4-16.
5. Шагалова Е. Н. Словарь новейших иностранных слов (конец XX — начало XXI вв.): более 3000 слов и словосочетаний. — М.: АСТ: Астрель, 2010. — 943 с.

В. А. Дворчук

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»
(Научн. рук. — канд. филол. наук, доц. А. Н. Стебунова)

АНАЛИЗ ЯЗЫКОВЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА «ЭЙВОН»

Ключевые слова: рекламный текст, медиа-текст, коммуникация, «Эйвон», средства выразительности, параллелизм, косметика.

Рекламный текст является одной из разновидностей медиа-текста. Это означает, что он представляет собой тип текста, который используется в сфере массовой коммуникации и передает информацию через различные каналы, стремясь установить взаимодействие между отправителями и потенциальными получателями [2, с. 165].

Обычно рекламный текст представляет собой сложную структуру, состоящую из нескольких элементов, каждый из которых выполняет свою функцию и имеет определенную цель. К таким элементам относятся: заголовок, основной текст рекламы и эхо-фраза [1, с. 59].

В основе любого рекламного сообщения лежит текст, который становится важной составляющей не только с точки зрения стереотипов рекламы, но и языковых особенностей, возникающих при передаче информации, полном обогащении текста особыми лексическими средствами. В связи с этим, рекламный текст вызывает научный и практический интерес в лингвистике.

Бренд «Эйвон» — это международный гляцевый и онлайн журнал, содержание которого включает в себя разнообразный ассортимент косметической продукции для мужчин, женщин и детей [3].

Например. **Питательный блеск для губ Ultra Color** «Подари губам зеркальное ультрасияние. Встречай новый питательный блеск Ultra Color, который не только обеспечит губам зеркальный финиш, но и уход благодаря комплексу питательных масел, а цвет будет ярче, если нанести его в несколько слоев...». В данном рекламном тексте используется **метафора**: «зеркальное ультрасияние» — сравнение блеска для губ с зеркалом, подчеркивает его сияние и яркость; **эпитеты**: «питательный блеск», «зеркальный финиш», «питательных масел», «ярче» раскрывают качества и свойства блеска для губ, делая описание более конкретным и привлекательным. Они акцентируют внимание на ключевых характеристиках продукта: питательном эффекте, интенсивном сиянии и яркости цвета; **градация (косвенно)**: «цвет будет ярче, если нанести его в несколько слоев» показывает постепенное усиление эффекта от использования блеска. Она демонстрирует зависимость между количеством нанесенных слоев и интенсивностью цвета, что делает информацию более наглядной и понятной; **параллелизм (косвенно)**: Конструкция «не только... но и» создает параллелизм, подчеркивая два важных преимущества блеска — сияние и уход.

Проанализировав ряд рекламных текстов бренда «Эйвон», мы отметили наиболее используемые изобразительно-выразительные средства:

1. Эпитеты — наиболее распространенное средство, используются для создания ярких образов, подчеркивания качеств продукта (например, «икристый аромат», «томная лилия», «питательный блеск», «нежный макияж», «теплый шлейф»). Они воздействуют на различные чувства — зрение, обоняние, осязание, создавая желаемое восприятие продукта. Эпитеты подбираются так, чтобы вызвать положительные ассоциации.

2. Метафоры применяются для создания ярких и запоминающихся образов, часто сравнивая продукт с чем-то знакомым и привлекательным. Примеры: «закружись в ритме танго» (аромат), «зеркальное ультрасияние» (блеск для губ), «макияж без макияжа» (тональный крем), «теплый шлейф» (аромат). Метафоры делают рекламу более поэтичной и эмоциональной.

3. Обращения к эмоциям. Реклама «Эйвон» часто апеллирует к эмоциям, используя слова и фразы, вызывающие положительные чувства (любовь, счастье, уверенность, красота). Примеры: «момент, когда вы сказали друг другу „ДА“», «вдохновленная аргентинским танцем страсти».

Так же в рекламе бренда «Эйвон» используются сравнения и олицетворения. Однако они используются гораздо реже, нежели, допустим, эпитеты и метафоры. Олицетворения используются иногда косвенно, наделяя свойствами живого существа (например, аромат, «вдохновленный танцем»).

Таким образом, проведя анализ бренда «Эйвон» мы пришли к выводу, что компания использует достаточно разнообразные приемы речевого воздействия в рекламных текстах, такие как градация, эпитеты, метафоры и другие.

Проанализировав рекламу бренда можно сделать вывод, что рекламные тексты в глянцево-журналах имеют свои особенности, а именно:

- рекламный текст оригинален, вызывает любопытство, легко читается и запоминается. Запоминание рекламного сообщения необходимо для того, чтобы обеспечить узнаваемость товара, когда покупатель окажется в ситуации выбора;
- текст представляет собой перечень выгод, характеристик, аргументов, доказательств. Сначала — основная выгода и связанные с нею аргументы и факты, затем — второстепенные характеристики;
- заголовок выделяется среди основного текста, либо цветом, либо размером;
- присутствие доверительного тона в текстах;
- использование большого количества стилистических приемов при демонстрации достоинств продукта;
- использование экспрессивной лексики в описании рекламируемого товара.

ЛИТЕРАТУРА

1. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. — 2008. — 264 с.
2. Стетюха Н.В. Рекламные тексты. Специфика перевода // Научный вестник ЮИМ. — 2018. — №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/reklamnye-teksty-spetsifika-perevoda>
3. <https://katalog-avon.ru/> Журнал «ЭЙВОН»: КАТАЛОГ ЭЙВОН 2025.

УДК 81'11

Ю. Е. Русакова

*Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Омский государственный университет имени Ф. М. Достоевского»
(Научн. рук. — д-р. филол. наук Е. Г. Малышева)*

СРЕДСТВА КОНСТРУИРОВАНИЯ ПОЗИТИВНОГО МЕДИАОБРАЗА ТЕРРИТОРИИ (НА ПРИМЕРЕ ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЯ «ТРАМПЛИН»)

Ключевые слова: интернет-издание, медиаобраз региона, метонимическая модель, тематическая доминанта.

Исследование направлено на изучение особенностей конструирования позитивного медиаобраза Омской области в интернет-пространстве на примере онлайн-издания «Трамплин».

Проанализировано свыше 4000 медиатекстов, опубликованных на сайте издания в период с 1 декабря 2020 по 10 января 2025 года. Выявлены ключевые тематические доминанты и метонимические модели, используемые для представления различных аспектов жизни региона. Применены методы когнитивного моделирования, конвент-анализа, интерпретативного, тематического и лингвостилистического анализа текстов интернет-СМИ.

Цель работы заключается в определении тематической специфики и редакционной концепции онлайн-издания «Трамплин», а также в выявлении ключевых метонимических моделей, используемых для интерпретации различных аспектов жизни Омской области.

Медиаобраз региона определяется как совокупность «эмоциональных и рациональных представлений», которые основаны на сведениях, получаемых из текстов СМИ [1, с. 93]. Он формируется через систему тематических доминант, которые организуют контент вокруг ключевых тем. Тематические доминанты включают гипертемы и субтемы, отражающие актуальные информационные поводы и представления авторов о содержательной специфике медиаобраза [2, с. 789]

Контент-анализ показал, что издание «Трамплин» активно освещает темы культуры, науки, бизнеса, спорта и экологии,

Медиаобраз Омска, конструируемый журналистами «Трамплина», характеризуется фрагментарностью, избирательным освещением событий (положительные инфоповоды выводятся на первый план, в то время как негативные события остаются без должного освещения). Это целенаправленная стратегия редакционной политики, которая ориентирована на удержание перспективной молодежи в регионе.

Реконструкция медиаобраза Омска осуществлялась с помощью метонимического моделирования. Метонимическая модель — двухкомпонентная когнитивная структура, которая организована по принципу общеутвердительного (или частноутвердительного) атрибутивного логического суждения («S — это P», «S есть (суть) P»), где концепт-означаемое и концепт-означающее вступают в тождественные отношения, отношения перекрещивания или субординации [3, с. 96].

В результате проведенного анализа были выявлены следующие метонимические модели: «Омск — город художников», «Омск — город искусства», «Омск — театральный город», «Омск — это киногород», «Омск — музыкальный город»; «Омск — центр перспективных научных разработок»; «Омск — кофейная столица»; «Омск — город женского предпринимательства»; «Омск — хоккейная столица», «Омск — спортивный город»; «Омск — город, стремящийся вернуть статус города-сада», «Омск — город экоактивистов»; «Омск — солнечный город», «Омск — город, в котором хорошо жить».

Систематическая трансляция таких моделей оказывает влияние на формирование у реципиентов определенного образа реальности, при котором преобладает положительное восприятие региона.

Контент-стратегия, реализуемая редакцией интернет-издания «Трамплин», представляется нам перспективной, поскольку в медиапространство Омской области на протяжении длительного времени проникали преимущественно негативные аспекты региональной жизни. «Трамплин» же целенаправленно формирует позитивный медиаобраз, ориентированный на повышение привлекательности Омского региона.

ЛИТЕРАТУРА

1. Марущак А.В. Политико-социальный образ России в американском медиапространстве // Журналистский ежегодник. — 2012. — № 1. — С. 93–96

2. Малышева Е.Г., Рогалева О.С. Трансформация медиаобраза «Губернатор» в массово-информационном региональном дискурсе Омской области (2003–2019 гг.) // Политическая лингвистика. — 2019. — № 4 (76). — С. 45–53.
3. Малышева Е.Г. Моделирование медиаобраза Омска по данным современной блогосферы // Коммуникативные исследования. — 2016. — № 4 (10). — С.92–106

УДК 81'42

Б. И. Сосновский

*Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»
(Научн. рук. — канд. филол. наук Н. В. Гладкая)*

ПРАГМАТИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИХ ПРИЕМОВ В ЗАГОЛОВКАХ ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЙ

Ключевые слова: заголовок, лингвостилистические приемы, прагматическое воздействие, аллюзия, прецедентные высказывания.

В условиях стремительного развития информационных технологий и увеличения объема информации, представляемой в интернете, заголовки статей становятся важнейшим элементом, определяющим первое впечатление читателя и его желание ознакомиться с содержанием материала. Заголовок выполняет не только информативную, но и прагматическую функцию, воздействуя на читательскую аудиторию. В данной работе рассматриваются лингвостилистические приемы, используемые в заголовках интернет-изданий, и их влияние на восприятие текста.

Цель исследования заключается в анализе выразительных средств, применяемых в заголовках, и выявлении их прагматического воздействия на читателя.

Заголовки интернет-изданий представляют собой не просто краткие аннотации к тексту, но и мощный инструмент, способный оказывать значительное прагматическое воздействие на читателя. Важным аспектом является использование аллюзий, которые позволяют авторам делать отсылки к известным культурным, историческим или литературным фактам. Это делает заголовок более запоминающимся и значимым. Например, заголовок «Звёздный воин. Что скрывает российская система противоспутникового оружия» [6] отсылает к популярной культуре, создавая ассоциацию с космической тематикой и привлекая внимание читателя [1, с. 55]. Аллюзии могут также использоваться для выражения критики или иронии, что усиливает их выразительность и воздействие на аудиторию.

Фразеологизмы играют не менее важную роль в заголовках, позволяя быстро передать суть статьи и создать яркие образы. Например, заголовок «Экономия из рук в руки» подразумевает советы по покупке бывших в употреблении вещей, при этом фразеологизм делает заголовок более живым и выразительным [2, с. 25]. Использование фразеологизмов способствует созданию эмоционального отклика у читателя, что в свою очередь увеличивает вероятность его заинтересованности в материале.

Персонификация и олицетворение также являются значительными выразительными средствами, придающими заголовкам эмоциональную окраску. В заголовке «Серебряный Меридиан возвращается к жизни» здание бассейна наделяется чертами живого существа, что создает положительный контекст и привлекает внимание

читателей. Олицетворение, как в заголовке «Концерт порадовал», придаёт событию человеческие качества, что также способствует эмоциональному отклику и вовлеченности аудитории.

Гипербола, или преувеличение, часто используется для создания ярких заголовков, которые привлекают внимание и вызывают интерес. Заголовки, такие как «Увидеть квиток и умереть» или «Дорожает всё!», создают эффект шокирующего преувеличения, что заставляет читателя остановиться и обратить внимание на содержание статьи [3, с. 51]. Гипербола может также использоваться для подчеркивания значимости проблемы, как в заголовке «Конец эпохи Пугачевой», который намекает на важные изменения в культурной жизни.

В заголовках активно применяются риторические вопросы и обращения, которые создают эффект вовлеченности читателя и побуждают его задуматься о содержании статьи. Например, заголовок «На работу, как на праздник!» вызывает положительные эмоции и может привлекать внимание к теме трудовой деятельности. Риторические вопросы, такие как «Кто разгадает тайну знамени бокситстроя?», заставляют читателя задуматься и заинтересоваться ответом, что побуждает его к прочтению статьи.

Метафоры и эпитеты играют важную роль в создании выразительных заголовков. Метафоры позволяют передать сложные идеи и чувства с помощью образных сравнений. Например, заголовок «Экономический шторм: как пережить кризис» использует метафору шторма, чтобы описать трудные времена в экономике, создавая образ угрозы и необходимости действий [4, с. 18]. Эпитеты, такие как «захватывающий», «непредсказуемый» или «инновационный», добавляют эмоциональный окрас и помогают выделить ключевые аспекты статьи.

Прецедентные высказывания в заголовках помогают сделать текст более выразительным и насыщенным, создавая возможность для многозначности и интерпретации. Они могут использоваться как для создания иронии и сарказма, так и для передачи серьёзных и глубоких мыслей. Например, заголовок «Не вырубись топором...», опубликованный в газете «Комсомольская правда», отсылает к известной русской пословице «Что написано пером — не вырубишь топором», что придаёт статье дополнительный смысл и глубину. Другим примером является заголовок «Четверо на льдине, не считая удочек», который вызывает ассоциации с комедийной ситуацией и настраивает читателя на лёгкий и юмористический лад.

Архаизмы, жаргонизмы, диалектизмы и иноязычные заимствования привлекают внимание читателя своей необычностью и могут быть использованы для создания специфической атмосферы или передачи определённой оценки. Например, заголовок «Листья раздора» использует фразеологизм «яблоко раздора», заменяя «яблоко» на «листья», что создаёт сатирический эффект и подчеркивает конфликтную природу обсуждаемой темы.

Эмоционально-оценочные слова, используемые в заголовках, помогают сформировать оценочный фон всего материала. Заголовок «Россиян обЪЕГЭрят на 100%» не только информирует о трудностях введения единого государственного экзамена, но и создаёт негативную эмоциональную окраску, что может побудить читателя к более внимательному прочтению статьи [5, с. 41]. Использование таких эмоционально окрашенных слов позволяет авторам не только передать информацию, но и вызвать у читателя определённые чувства, что усиливает вовлечённость и интерес к материалу.

Заголовки интернет-изданий представляют собой не просто краткие аннотации к тексту, но и мощный инструмент, способный оказывать значительное прагматическое воздействие на читателя. Лингвостилистические приемы, используемые в заголовках, играют ключевую роль в формировании взаимодействия между автором и читателем.

Они не только информируют, но и создают эмоциональную связь, что способствует более глубокому восприятию текста. Эффективные заголовки способны привлекать внимание, вызывать интерес и побуждать к действию, что делает их незаменимым инструментом в современном медиаландшафте.

ЛИТЕРАТУРА

1. Белова Ю. А. Заголовок как средство манипуляции: [статья] // Журналистика и общество. — 2024. — № 11. — С. 55-60.
2. Белянин В. В. Заголовок как доминанта текста: [статья] // Лингвистика и культура. — 2017. — № 7. — С. 22-27.
3. Вомперский В. П. Коммуникативные функции заголовка: [статья] // Вестник журналистики. — 2016. — № 6. — С. 50-55.
4. Кузнецова Т. В. Метафора в заголовках: [статья] // Лингвистика и культура. — 2019. — № 3. — С. 15-20.
5. Романов А. И. Эмоционально-оценочные слова в заголовках: [статья] // Современные исследования. — 2023. — № 6. — С. 40-45
6. Лавров, А., Рамм, А. Звёздный воин. Что скрывает российская система противоспутникового оружия / Известия. Москва: Известия, 2021. URL: <https://iz.ru/1251400/anton-lavrov-aleksei-ramm/zvezdnyi-voin-cto-skryvaet-rossiiskaia-sistema-protivosputnikovogo-oruzhiia> (дата обращения: 09.03.2025).

УДК 81

А. С. Сомов

*Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»
(Научн. рук. — канд. филол. наук Н. В. Гладкая)*

ОСВОЕНИЕ ИНОЯЗЫЧНОЙ ЛЕКСИКИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПЕРЕДАЧ И ИНТЕРНЕТ-СМИ)

Ключевые слова: медиадискурс, политика, иноязычная лексика, интернет, СМИ.

В современном мире политический медиадискурс играет ведущую роль в формировании общественного мнения, ценностных ориентиров и политических установок. **Актуальность** работы объясняется тем, что средства массовой информации (СМИ) все чаще обращаются к иноязычной лексике для объяснения процессов глобального масштаба, при этом наблюдается не только активное заимствование терминов из иностранных языков, но и их адаптация к новым коммуникативным условиям.

Для проведения сравнительного анализа были отобраны политические передачи федеральных каналов («Вечер с Владимиром Соловьевым», «60 минут», «Время покажет», «Право голоса») и популярные общественно-политические интернет-издания («Медуза», «РБК», «Коммерсантъ», «Газета.ru», «Взгляд»). Временной интервал исследования охватывает период с января 2020 по декабрь 2022 года, что позволяет учесть языковые изменения, связанные со значимыми политическими событиями последних лет. В рамках данного исследования было проанализировано свыше 200 часов телевизионного эфира и более 1500 публикаций интернет-изданий, что обеспечивает репрезентативность полученных результатов.

Анализируя использование иноязычной лексики в политических передачах и онлайн-изданиях, было выявлено значительное сходство в тематических группах заимствований. Как в телевизионном, так и в интернет-контенте доминируют англоязычные заимствования из сферы международной политики, дипломатии, экономики и технологий. В обоих типах медиа активно функционируют лексемы *санкции, брифинг, саммит, истеблишмент, импичмент, мейнстрим, дефолт* и другие. Это объясняется общностью тематического поля и универсальностью профессиональной терминологии.

В обоих типах медиа наблюдается схожая динамика появления новых заимствований, связанная с актуальными политическими событиями. Так, в период пандемии COVID-19 в политический дискурс активно вошли термины *локдаун, ковид-диссиденты, антиваксеры*, которые быстро стали частью как телевизионных дискуссий, так и интернет-публикаций. Аналогичная ситуация наблюдалась с терминами, связанными с геополитическими событиями 2022 года (*релокация, отмена* (в значении *cancel culture*), *токсичные активы, хеджирование рисков* и другие).

Однако при более детальном анализе обнаруживаются существенные различия в частотности, контекстуальном употреблении и функциональной нагрузке иноязычных заимствований в зависимости от типа медиа. Проведенный количественный анализ показывает, что в интернет-изданиях плотность использования иноязычной лексики в среднем на 37% выше, чем в телевизионных политических передачах (таблица 1).

Таблица 1

Плотность использования иноязычной лексики

Характеристика	Политические ТВ-передачи	Интернет-издания
Средняя частота иноязычных заимствований (на 1000 слов)	23,7	32,6
Доля новых заимствований (после 2020 г.)	18%	27%
Доля терминов, требующих пояснения	12%	8%
Частота использования англицизмов	76% от всех заимствований	84% от всех заимствований
Уровень адаптации заимствований к нормам русского языка	Преимущественно высокий	Вариативный (от низкого до высокого)

Примечательны различия и в типах заимствований, доминирующих в разных медиаканалах. В телевизионных программах преобладают ассимилированные заимствования, адаптированные к фонетической и грамматической системе русского языка (*саммит, брифинг, импичмент*). В интернет-изданиях чаще встречаются неадаптированные заимствования, транслитерированные термины, включения на языке оригинала. Например, в публикациях «Медузы» и «РБК» можно встретить такие словосочетания как «*sustainable development*», «*digital environment*», «*green deal*» без перевода или с минимальной адаптацией.

Функциональный анализ иноязычных заимствований демонстрирует значимые различия в прагматической нагрузке данных лексических единиц. В телевизионных политических шоу заимствования нередко становятся частью оценочных суждений и используются для формирования определенного отношения к политическим субъектам или явлениям (*дипфейк, фейк-ньюс, постправда*). В интернет-изданиях функциональный спектр иноязычных заимствований существенно шире. Помимо номинативной функции, они активно используются как средство языковой экономии, элемент профессионального жаргона, маркер современности текста и признак включенности издания в глобальный информационный контекст.

В телевизионных передачах иноязычная лексика чаще сопровождается метаязыковыми комментариями, пояснениями или переводом. В интернет-изданиях, напротив, иноязычные термины чаще используются без пояснений, как само собой разумеющаяся часть политического дискурса.

Участники телевизионных дискуссий активно используют производные формы от заимствованных основ (лоббировать, брифинговать, саммититься, санкционный, импичментный). Процессы морфологической адаптации существенно ускорились под воздействием глобальных коммуникационных технологий, повышенной мобильности людей и ростом популярности сетевых платформ [1].

В интернет-изданиях наблюдается более вариативный подход: от полной адаптации до сохранения оригинальной формы слова даже при включении в русское предложение.

Анализ использования иноязычной лексики в политических телепередачах и интернет-СМИ выявил как сходства, так и различия в функционировании заимствований. В частности, было установлено, что онлайн-медиа демонстрируют большую открытость к использованию новейших заимствований, в то время как традиционные СМИ более консервативны в этом отношении.

ЛИТЕРАТУРА

1. Донец А. В. Иноязычные элементы в российском информационном пространстве // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2015. — № 12(54). — С. 84–88.

УДК 81'42

Е. О. Жаворонко

*Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»
(Научн. рук. — канд. филол. наук Н. В. Гладкая)*

НЕОЛОГИЗМЫ В ЯЗЫКЕ МОДНЫХ БЛОГЕРОВ: СОЗДАНИЕ СОБСТВЕННОГО СТИЛЯ И УСТАНОВЛЕНИЕ ТРЕНДОВ

Ключевые слова: *неологизмы, окказионализмы, блогеры, мода, тенденции.*

Интернет-издания о моде, ведущиеся авторитетными личностями, трансформировались в значимый механизм влияния на формирование тенденций и визуальной культуры современности. Существенным фактором этого процесса стало активное внедрение новых лексических единиц – неологизмов. Неологизм — это слово или словосочетание, созданное для определения нового (неизвестного ранее) объекта или выражения нового понятия [1, с. 261–262]. В настоящем исследовании установлено, что неологизмы выступают в качестве средств, используемых модными блогерами для формирования личного бренда и оказания воздействия на тенденции в индустрии моды. Прежде чем слово закрепится в качестве неологизма, оно проходит этапы апробации, зачастую начинаясь как окказионализм — слова, значения слов или сочетания слов, появившиеся в определённый период в каком-либо языке или использованные один раз в каком-либо тексте или акте речи [2, с. 331].

Для удобства анализа и понимания рассмотрим некоторые примеры неологизмов, сгруппировав их по словообразовательным моделям, что позволит выделить наиболее частотные и продуктивные способы создания новых лексем в сфере модных блогов.

Словосложение — соединение двух или более основ для образования нового слова: **«шопоголик»** (от греческих «opios» — для продажи, «mania» — безумие) — это человек, который постоянно покупает одежду, обувь и аксессуары, часто даже не нуждаясь в них (словообразовательная модель N+N=N) [3, с. 61].

Аффиксация — присоединение аффикса к основе слова: **«антитрендовый»** (от английского «trend» — тенденция) — противоречащий текущим модным тенденциям, немодный (словообразовательная модель: приставка + сущ. + суффикс = прил.) [3, с. 61].

Аббревиация — (сокращение) использование сокращений: **«#OOTD (образ/аутфит дня)»** (от английского «Outfit» — образ «Day» — день) — комплект одежды, подобранный для определенного случая или стиля.

Конверсия — представляет собой переход одной части речи в другую, при этом меняются семантические и грамматические свойства слова: **«вайб»** (от английского «vibe» — «атмосфера», «настроение») в качестве прилагательного. **«Вайб»** (существительное) — **«вайбовый»** (прилагательное, но здесь также происходит аффиксация с помощью суффикса -овый) [3, с. 62].

Звукоподражание — подражание звукам, производимым в природе, предметами, людьми, животными: **«блинг-блинг»** (от английского «bling-bling») — блестящие металлические брелоки, ожерелья, предметы роскоши [3, с. 62].

Метафоризация/перенос значения — придание существующему слову нового, образного значения в контексте моды: **«шоколадный»** (в значении «цвет») — общеупотребляемое слово, но в контексте моды обозначает конкретный оттенок.

Неологизмы в языке модной индустрии представляют собой яркий пример динамичного и постоянно развивающегося лексического слоя. Они отражают текущие модные тенденции, инновации в дизайне, новые материалы и технологии, а также изменения в образе жизни и культурных ценностях. Модные блогеры используют неологизмы как средство самопрезентации, демонстрации осведомленности о модных тенденциях и создании новых трендов. Благодаря этому можно выделить такие лексико-семантические группы:

Предметы одежды — например, **«этлейжер»** (от английского «athleisure» — спортивный вид) — сочетание спортивной одежды и повседневного стиля (например, спортивные штаны, носимые вне спортзала) [2, с. 130];

Предметы обуви — например, **«папины кроссовки»** (от английского «dad» — отец; «sneakers» — кроссовки) — массивные кроссовки в стиле 90-х, обычно белые или с яркими акцентами [2, с. 130];

Названия сумок — например, **«бананка»** — поясная сумка [2, с. 130];

Материалы и технологии — например, **«апсайклинг»** (от английского «upcycled» — переработанный; «clothing» — одежда) — одежда, созданная из переработанных или винтажных вещей;

Новые стили и направления — например, **«вай ту кей»** (Y2K): стиль, вдохновленный модой конца 90-х — начала 2000-х годов, характеризующийся яркими цветами, глиттером, низкой посадкой и короткими топами;

Новые концепции и явления — например, **«капсульный гардероб»** (от английского «capsule» — капсула и «wardrobe» — гардероб) — небольшой набор универсальной одежды, которую легко сочетать.

Язык модных блогеров — это динамичная и постоянно развивающаяся система, отражающая последние тенденции в мире моды и культуры. Активное использование

неологизмов позволяет блогерам не только создавать собственный уникальный стиль, но и задавать новые тренды, оказывая существенное влияние на язык и формирование вкусов современной аудитории. Лингвистические инновации будут становиться всё более изощрёнными, отражая растущую сложность и разнообразие мира моды. Умение создавать убедительные и запоминающиеся слова станет ключевым навыком для успешных блогеров, стремящихся заявить о себе и завоевать влияние в ближайшие годы. Это пример того, как язык становится инструментом создания личного бренда и трансляции новых смыслов в быстро меняющемся мире.

Значимость исследования «Неологизмы в языке модных блогеров: создание собственного стиля и формирование трендов» определяется его вкладом в понимание современной языковой динамики и роли интернет-коммуникации.

Данное исследование позволяет определить, насколько активно модные блогеры создают и распространяют новые слова и выражения и как это влияет на формирование языковой нормы в сфере моды и стиля. Выявление специфических способов и моделей образования неологизмов в интернет-среде углубляет понимание общих закономерностей словообразования в современной коммуникации.

Кроме того, работа демонстрирует воздействие тенденций в моде и стиле на формирование словарного запаса, выявляя тематические области и концепции, которые отражаются в неологизмах. Результаты исследования имеют практическую значимость для лингвистов, изучающих языковые инновации, и для специалистов в области рекламы и PR, стремящихся к эффективной коммуникации с целевой аудиторией.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. — М.: Едиториал УРСС, 2004. — 576 с.
2. Команденко Д. А. Тематическая классификация неологизмов в сфере моды // Учреждение образования «Могилевский государственный университет имени А. А. Кулешова». — г. Могилев. — Режим доступа: <https://libr.msu.by/bitstream/123456789/20082/1/S%202119.pdf>
3. Смоляк Д. А. Неологизмы в номинативном пространстве сферы моды / Д. А. Смоляк // Итоги научных исследований ученых МГУ имени А. А. Кулешова 2020 г.: материалы науч.-метод. конференции, 28 января — 12 февраля 2021 г. / под ред. Н. В. Маковской, Е. К. Сычовой. — Могилев: МГУ имени А. А. Кулешова, 2021. — С. 61–62.
4. Языкознание. Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. — М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. — 685 с.

УДК 811.161.1

В. А. Кривишчева

*Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»
(Научн. рук. — канд. филол. наук, доц. А. Н. Стебунова)*

ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМЫ МЕДИЦИНСКИХ ПРЕПАРАТОВ

Ключевые слова: реклама, языковые особенности, медицинские препараты, стилистические приемы, рифма, фразеологизм, синтаксические приемы.

В современном мире реклама стала неотъемлемым элементом повседневной жизни. Она прочно внедрилась в нашу действительность, оказывая влияние на каждого человека, независимо от его желания. Для воздействия на потребителя и стимулирования спроса реклама обязана быть информативной, понятной и

привлекательной. Эффективная рекламная коммуникация требует от рекламодателя искусного управления словами, вызывая у аудитории желаемые эмоции и реакции, побуждая к покупке товара или использованию услуги. Успешные рекламные видеоролики не только легко запоминаются и интегрируются в языковую среду, но и способны ее активно преобразовывать. Создание рекламного текста включает в себя применения различных речевых средств, в том числе, языковые, стилистические и синтаксические приемы.

Наиболее частотным приемом в области языковых средств являются фразеологизмы. Обычно они используются в рекламном тексте в двух формах: чистый фразеологизм («*Лактофильтрум*». «*Скрыть внутренние переживания легко, но некоторые неприятности не скроешь. **Все на лице написано***») и парафраз. Примером второго может служить: «*Доктор Мом*» — «*Песня болезни будет недолгой!*» («*Песенка спета*»). Это происходит тогда, когда целостное значение фразеологизма распадается на отдельные значения составляющих его слов. Слова эти, как правило, и представляют собой значимые рекламные единицы [2, с.72]. Такой вид фразеологизма лучше запоминается потребителю, так как вызывает ассоциации.

Также в медицинской рекламе предпочтение отдается глаголам несовершенного вида настоящего времени. Эти глаголы приобретают вневременное значение, выражающее качество или характеристику, что является ключевым фактором для точного описания препаратов: «*Видестим*». «*Сухость кожи и трещины? Благодаря витамину А «Видестим» **способствует** быстрому заживлению ранок и трещин, **увлажняет** кожу. «Видестим» — секрет здоровой кожи*». Ввиду того, что глагол выражает действие, он несет в себе имплицитный динамизм и обладает особенной конкретностью.

Особую роль в рекламе играет рифма. Она выступает не только как художественный прием в поэзии, но и как действенный инструмент в сфере маркетинга и рекламы. Мелодичность и ритмичность, присущие рифмованным конструкциям, делают рекламные материалы более привлекательными и запоминающимися для потребителя: «*Пензитал*». «*Пензитал — чтоб желудок не страдал!*»; «*Тенотен*». «*Не попадай тревоге в плен — принимай днем «Тенотен»*».

В синтаксическом оформлении рекламы большую роль играет выбор типа предложения — повествовательного, вопросительного или побудительного. Рекламодатели преимущественно обращаются к потенциальным потребителям с помощью вопросов и побуждений, часто усиленных эмоциональной окраской (восклицаниями) [3, с. 388].

Вопросительные предложения в основном в рекламе используются для установления контакта с покупателем: «*Галазолин гель*». «*Мешает насморк? Возьмите «Галазолин гель» с дозатором. Он действует прямо на слизистую, не стекает и не вытекает, бережно избавляя от заложенности*».

В медицинской рекламе широко используются побудительные предложения. Их основная цель — побудить получателя информации к совершению определенных действий: «*Линекс*». «*С первого дня приема антибиотиков **позаботьтесь о балансе микрофлоры кишечника, принимайте «Линекс»***».

В контексте рекламных текстов, где автором выступает рекламодатель, заинтересованный в продвижении своего товара, восклицания используются исключительно для передачи позитивных эмоций и восхищения [1, с.113]: «*Синекод*». «*Синекод*». *Нет кашля — нет забот!*».

Широкое распространение в рекламах получили стилистические приемы. Зачастую встречается метафора. Вместо прямого и явного описания товара или услуги использование метафор способствует созданию ассоциативных связей, которые

оказывают более глубокое воздействие на восприятие потребителя: «*Мотилиум*». «*Мотилиум*» — мотор для вашего желудка»; «*Гистан*». «*Гистан*» — сила океана против аллергии». Кроме того, метафоры способствуют более легкому пониманию сложных идей, преобразуя их в доступные и запоминающиеся образы.

Также важным стилистическим приемом является сравнение. В рекламной деятельности оно служит для повышения наглядности и креативности подачи информации: «*Бронхикум*». «*Иногда кажется, что кашель — бесконечный лабиринт. Но сила природы знает, как найти выход. Эликсир «Бронхикум» помогает быстрее освободиться даже от сильного кашля*»; «*Панатус*». «*Кашель ночью словно кошмар. «Панатус» помогает бороться с сухим и так раздражающим кашлем*».

Применение художественных приемов в рекламе усиливает ее воздействие на аудиторию, способствуя запоминаемости и формированию зрительных образов, которые оседают в памяти потребителя.

Следовательно, при разработке рекламных текстов для лекарственных препаратов применение языковых, стилистических и синтаксических средств оказывается исключительно результативным. Данные средства придают тексту большую выразительность, повышают его оригинальность и заинтересованность покупателя. Безусловно, грамотное оформление рекламного текста способствует привлечению внимания потребителей, что играет ключевую роль в успешном продвижении товара на рынке.

ЛИТЕРАТУРА

1. Граудина Л. К. Культура русской речи / Л. К. Граудина, Е. Н. Ширяева. — М.: НОРМА-ИНФРА-М, 1998. — 560 с.
2. Лекант П. А. Синтаксис простого предложения в современном русском языке: Учеб. пособие для студентов вузов / П. А. Лекант. — 3-е изд., испр. и доп. — М.: Высш. шк., 2004. — 548 с.
3. Морозова И. Г. Слагая слоганы / И. Г. Морозова. — М.: РИП-холдинг, 2001. — С. 53–80.

УДК 811.161.

А. С. Марченко

*Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»
(Научн. рук. — канд. филол. наук, доц. А. Н. Стебунова)*

ПЕРЕНОСНОЕ ЗНАЧЕНИЕ НАЗВАНИЙ ОДЕЖДЫ И ОБУВИ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Ключевые слова: одежда, обувь, переносное значение, современный русский язык, семантика, словообразование, СМИ.

Название одежды и обуви в лексической системе русского языка издавна занимало значительное место. С течением времени эти названия не только отражали утилитарное назначение предметов гардероба, но и формировали целый пласт образных, символических значений, в том числе метафорических и переносных смысловых оттенков, которые функционируют в современной речи [1, с. 59].

Наше исследование даёт возможность увидеть, как в структуре языка отражается социальная действительность, каковы элементы повседневной культуры, закрепляющиеся

в коллективном сознании, и как через метафорическое употребление тех или иных слов можно проследить формирование новых смысловых пластов в языке [2, с. 40].

Явление переноса может наблюдаться во внутренней структуре некоторых наименований одежды, головных уборов, обуви и их деталей. Лексические единицы этого типа включают языковые метафоры, содержащие скрытое сравнение. Перенос значений мотивируется по большей части сходством формы одежды, головных уборов, обуви или их деталей с самыми разнообразными предметами, например, *брюки-дудочки* — брюки с очень узкими штанинами, напоминающими музыкальный инструмент дудку, *шляпка-таблетка* — маленькая, плоская, как таблетка; *юбка-карандаш* — узкая, прямая.

Несмотря на общий вектор развития языка, многие переносные значения названий одежды уходят своими корнями в живую народную речь, которая более непосредственна и менее канонична, чем литературная фраза [5].

Если говорить о проявлениях социальной символики названий одежды, то наиболее показательным отражением в языке гендерной дифференциации, четкой закреплённости за определенными видами одежды функции маркера пола: *волочиться за (первой попавшейся) юбкой* - быть неразборчивым в любовных связях. Отсюда производны оценки аморального поведения: *трясти штанами* (о мужчине) — вести аморальный образ жизни, распутничать. Выстраивается определенный минимум одежды, который необходим для человека — рубашка и штаны: *остаться в одной рубашке* - разориться, дойти до крайней бедности, *прийти в одних штанах* - пропить все, остаться без средств к существованию. *Рубахой-парнем* называют открытого, простого в общении молодого человека. Также названия одежды или деталей одежды могут использоваться для обозначения лица или группы лиц, выделенной на основе профессиональной деятельности: *белые воротнички* — офисные работники, *голубые мундиры* — жандармы, *белые халаты* — врачи или социальной принадлежности *малиновые пиджаки* — внезапно разбогатевшие в 90-е годы люди с низким уровнем культуры. [4].

В деловой лексике русского языка также можно отыскать метафорические выражения, в которых фигурируют названия предметов гардероба. Речь идёт, например, о словах *костюм* и *галстук*. Мы часто называем сферы бизнеса или чиновников «людьми в пиджаках» или же используем фразу «снять галстук», имея в виду смягчить стиль общения, перейти от формального к более неформальному. Здесь метафора строится на ассоциации между деловой одеждой и определённым набором поведенческих стереотипов, принятых в корпоративной или официальной среде

В переносном значении слов, связанных с обувью, особенно часто осуществляется оценка интеллекта, статуса или деловых качеств человека. Переносные значения слов, связанных с женской обувью, например, *каблуки*, также активно используются в разговорной речи. «Ходить на каблуках» может означать не только буквально носить обувь на высоком каблуке, но и вызывать информацию о тщеславии, стремлении произвести впечатление или подчеркнуть свою женственность. В ироничной форме, выражение «*ставить на каблуки*» иногда описывает ситуацию, когда один человек берёт верх над другим, добиваясь повиновения или уважения. Эти выражения частично базируются на гендерных стереотипах, которые закрепились в культуре, и свидетельствуют о том, как метафорическое употребление конкретного предмета гардероба может формировать и воспроизводить определённые социальные представления. *Валенки и лапоть* — употребляются в отношении людей, сделавших мелкую глупость, поступивших недальновидно, бесхитростно. *Два сапога пара* — о тех, кто идеально подходит друг другу ввиду схожести (чаще в негативном значении) [3].

Таким образом, процесс формирования переносных значений названий одежды и обуви — это сложная и непрерывная часть развития русского языка. Глядя на актуальное

состояние этой части лексики, мы можем наблюдать, как язык постоянно меняется, впитывает новые жизненные реалии и культурные импульсы, а вместе с тем сохраняет исторические приёмы и старые, устоявшиеся в народной или литературной речи образы.

В заключение стоит отметить, что для полного и глубокого понимания того, как функционируют переносные значения названий одежды и обуви в современном русском языке, необходимо рассматривать не только лексические трансформации, но и более широкие контексты — социокультурные, психологические, исторические. Наблюдая за тем, какие новые предметы появляются в быту и моде и каким образом они обретают метафорические смыслы, можно отслеживать процесс постоянного обновления языка и проследить, как сегодняшние тенденции становятся частью языкового наследия, чтобы затем либо исчезнуть, либо превратиться в нечто традиционное, каноническое. Такой подход к анализу языка помогает глубже понять ментальную картину мира носителей русского языка, а также даёт возможность прогнозировать дальнейшую эволюцию лингвистических процессов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс / Н. Д. Арутюнова. — М.: Языки славянской культуры, 1990. — 905 с.
2. Кузнецова А. И. Расширение семантического поля лексики одежды в современном русском языке / А. И. Кузнецова. // Вопросы филологии. — 2019. — № 2. — С. 34–43.
3. Доброва И. Б. Русская лексикография: история и современность / И. Б. Доброва. — М.: Издательство МГУ, 2008. — 463 с.
4. Уфимцева А. А. Словообразование в современном русском языке. — М.: Высшая школа, 1998. — 328 с.
5. Худякова О. Л. Семиотика одежды в межкультурном контексте / О. Л. Худякова. — М.: Флинта, 2022. — 613 с.

УДК 81'22+81'42

П. Н. Моисеева

*Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского»
(Научн. рук. — канд. филол. наук О. А. Зайцева)*

ВЕРБАЛЬНАЯ И ВИЗУАЛЬНАЯ МЕТАФОРА В РЕКЛАМЕ АВТОМОБИЛЕЙ

Ключевые слова: вербальная метафора, визуальная метафора, семантическая типология метафор, реклама автомобилей.

При анализе рекламных стратегий брендов исследователи уделяют особое внимание инструментам коммуникации, которые формируют восприятие продукта и влияют на его позиционирование на рынке. Одним из таких инструментов является метафора. Е. А. Елина определяет рекламную метафору как инструмент, который позволяет переносить свойства одного объекта на другой, создавая у потребителя ассоциативные связи и усиливая эмоциональное воздействие [1].

По мнению А. Н. Баранова, метафора в рекламе выполняет не только эстетическую, но и прагматическую функцию, помогая бренду выделиться на фоне конкурентов и закрепить в сознании потребителя уникальные преимущества продукта [2]. Д. Лакофф и М. Джонсон подчеркивают, что метафоры, которыми мы пользуемся,

формируют наше восприятие реальности, что делает их мощным инструментом влияния на аудиторию [3].

В рекламе автомобилей в качестве ключевых инструментов воздействия на аудиторию используются вербальные и визуальные метафоры. Вербальная метафора формирует образ продукта через сравнение с объектами, явлениями или концепциями, которые уже знакомы потребителю. Визуальная метафора, в свою очередь, опирается на изображения, композицию, цвет и другие зрительно воспринимаемые элементы, чтобы передать идею бренда на невербальном уровне.

Цель проведенного исследования заключалась в изучении особенностей использования вербальных и визуальных метафор в рекламе автомобилей. Материалом исследования послужили поликодовые рекламные сообщения 50 автомобильных брендов (Mercedes-Benz, BMW, Audi, Toyota, Hyundai, Kia и др.). В выборку вошли рекламные кампании, реализованные в период с 2010 по 2023 годы.

В научной литературе существуют разные подходы к классификации метафор. Для выявления метафорических моделей, используемых в современной рекламе автомобилей, была выбрана семантическая типология метафор В.П. Москвина [4], поскольку именно эта классификация основана на содержательной структуре метафоры и лучше всего подходит для целей исследования.

Анализ рекламных материалов показал, что чаще всего в рекламе автомобилей используются следующие типы метафор: технологическая, природоморфная, анималистическая (зооморфная), антропоморфная и физиологическая.

Технологическая метафора использует в качестве объекта сравнения различные артефакты: *Toyota — ваш компас на пути к новым открытиям; Chevrolet — мост между мечтой и реальностью; Мост между мирами (Volvo XC90); Серебряная стрела (Lada Granta Sport); Kia — ключ к свободе*. Такая метафора, как правило, указывает на надежность и функциональность автомобиля.

Природоморфные метафоры используют в качестве основы для метафорического высказывания слова, которые обозначают образы из мира неживой природы: *Скала на колёсах (УАЗ Патриот); Ветер в твоих руках (Hyundai Solaris); Зажги свою звезду с Nissan; Звезда, которая ведет тебя домой (Mercedes-Benz); Tesla — молния на дороге; Ferrari — это ревущий вулкан под вашим контролем; Океан возможностей (Toyota RAV4)*.

Анималистическая (зооморфная) метафора в качестве когнитивного источника использует образ животного, перенесенный на автомобиль: *Грация пантеры (Jaguar F-Pace); Освободи зверя внутри (Jaguar); Крылья свободы (Kia Rio); Горный орёл (Land Rover Discovery), Тень ястреба (Subaru Outback), Крылатый слон (Volkswagen Touareg)*. Подобная метафора используется, чтобы подчеркнуть силу, мощь, маневренность, скорость рекламируемого объекта.

В ходе исследования было принято решение разграничить антропоморфную и физиологическую метафоры, несмотря на то, что у многих авторов эти термины используются как синонимичные обозначения одной метафорической модели. Антропоморфная метафора — тип метафоры, в которой предметы и явления объективной действительности представлены в ассоциативной связи с человеком: *Король трассы (BMW M5); Ваш личный пилот в мире скорости и элегантности (BMW); Hyundai — ваш верный спутник на каждом километре; Дорога говорит, Mazda слушает*. Физиологическую метафору можно обнаружить там, где фигурируют психофизиологические явления и процессы, свойственные любому живому существу, а не только человеку (дыхание, сердцебиение, кровообращение и т. д.): *Ваше сердце — мотор, Porsche — его отражение; Пульс города (Hyundai Creta); The Heartbeat of Performance (Ferrari); Built Ford Tough: The Backbone of Your Journey (Ford)*.

Гораздо реже в рекламе автомобилей встречаются иные типы метафоры: театральная (*Ваш путь — ваша сцена, а Volkswagen — главный герой*), религиозная (*Volvo — ваш ангел-хранитель на дороге*), транспортная (*Ледокол в городе, Toyota Land Cruiser*), метафора огня (*Пламя вдохновения, Audi A5*) и др.

Визуальные метафоры в рекламе автомобилей часто дополняют вербальные, усиливая их воздействие. Например, реклама Tesla Cybertruck использует визуальный образ космического корабля на Земле, чтобы подчеркнуть футуристичность дизайна. Визуальные метафоры также могут быть самостоятельным инструментом воздействия, как в случае с рекламой Volvo, где безопасность передается через образ щита, защищающего пассажиров.

Таким образом, можно сделать вывод, что вербальные и визуальные метафоры являются ключевыми инструментами позиционирования автомобильных брендов. Их эффективность обусловлена способностью создавать эмоциональные связи с потребителем, подчеркивать уникальные преимущества продукта и формировать устойчивые ассоциации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Елина Е. А. Семиотика рекламы / Е. А. Елина. — М.: Огни, 2014. — 136 с.
2. Баранов А. Н. Спор метафор: языковая метафора как средство аргументативного воздействия / А. Н. Баранов // Рекламный текст: семиотика и лингвистика. — М., 2000. — С. 54-78.
3. Лакофф Д., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем / Д. Лакофф, М. Джонсон. — М.: Едиториал УРСС, 2004. — 256 с.
4. Москвин В. П. Русская метафора. Семантическая, структурная, функциональная классификация. — Волгоград: Перемена, 1997. — 185 с.

УДК 81'42:659.123.4

О. А. Попова

*Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«Волгоградский государственный университет»
(Научн. рук. — канд. филол. наук, доцент И. А. Сафонова)*

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ВЕРБАЛЬНОГО И НЕВЕРБАЛЬНОГО КОМПОНЕНТОВ В ПОЛИКОДОВЫХ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ (НА МАТЕРИАЛЕ РЕКЛАМЫ РОССИЙСКИХ ВУЗОВ)

Ключевые слова: рекламный текст, поликодовый текст, поликодовость, вербальный компонент текста, невербальный компонент текста.

Рекламные тексты вузов играют ключевую роль в формировании имиджа учебного заведения и привлечении абитуриентов. Важнейшее требование, предъявляемое к рекламе, — передавать как можно больше информации при минимальном объеме текста [1, с. 100]. В связи с этим авторы рекламы не только тщательно отбирают языковые средства, но и используют невербальные компоненты, позволяющие оказывать максимальное воздействие на аудиторию.

Поликодовые рекламные тексты представляют собой сложные конструкты, многослойные сообщения, использование которых дает возможность сделать осуществляемую посредством них коммуникацию более эффективной. В поликодовом тексте, по замечанию Б. Тошовича, объединяются средства различных видов устного и письменного общения — буквенные и небуквенные (символы, графика, иллюстрации,

карикатуры, чертежи, рисунки, фото-, аудио- и видеоматериалы и др.) [4, с. 131]. Поликодовость, по мнению Л. В. Рацибурской и С. Г. Бусаревой, является эффективным инструментом речевого воздействия, в котором «соединяются рациональное, логоцентрическое и эмоционально-чувственное начала» [2, с. 144].

Цель нашей работы состоит в выявлении особенностей взаимодействия вербальных и невербальных компонентов в рекламе российских вузов. Материалом для исследования послужили рекламные тексты, размещенные на сайтах университетов. В докладе остановимся на письменно зафиксированных текстах государственных вузов (РАНХиГС, ВолГУ) и одного из негосударственных университетов (МИТУ).

Придерживаясь понимания, предложенного в статье Л. В. Рацибурской и С. Г. Бусаревой, мы разделяем графические и неграфические средства. Графические средства в свою очередь дифференцируются на вербальные и невербальные [2]. К графическим вербальным средствам в нашем материале относятся в первую очередь прописные буквы. Графические невербальные средства включают знаки других кодовых систем, шрифтовые выделения, рисунки. Неграфические средства составляют преимущественно фотоизображения.

Широко представленными в рекламных текстах вузов являются знаки других кодовых систем, к важнейшим среди которых относятся цифры. Применение цифрового кода в рекламном сообщении помогает создать эффект доверия, заключающийся, по замечанию О. А. Селемёновой, в формировании у адресата уверенности в достоверности информации и создании впечатления точности и полноты полученного знания [3, с. 111].

Так, на сайте Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации используется цифровой код с целью передачи информации о преимуществах вуза.

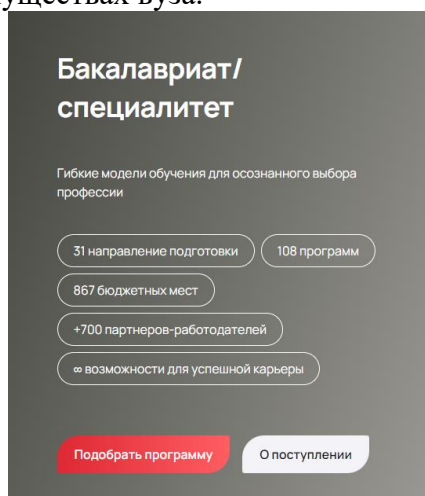


Рис. 1. Рекламное сообщение на сайте Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации

С помощью сочетания *возможности для успешной карьеры* адресант рекламного сообщения акцентирует внимание адресата на большом количестве перспектив, а представленный перед этим сочетанием символ бесконечности усиливает идею: диапазон возможностей трудоустройства и карьерного роста для выпускников данного вуза не ограничен.

В рекламных текстах вузов используются также шрифтовые выделения посредством сочетания прописных и строчных букв, выбора типа гарнитуры, вариантов начертания, размера кегля. Например, шрифтовое выделение является основным в рекламе дня открытых дверей, размещенной на сайте Волгоградского государственного

университета. В данном случае используются шрифт разных размеров, с наличием / отсутствием дополнительного выделения полужирным.

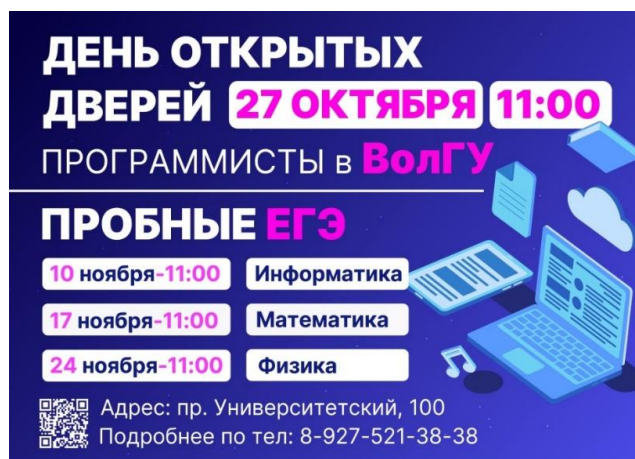


Рис. 2. Рекламное сообщение на сайте Волгоградского государственного университета

Языковые единицы и средства цифрового кода, репрезентирующие наиболее значимую информацию, выделены с помощью прописных букв и полужирного шрифта (**ДЕНЬ ОТКРЫТЫХ ДВЕРЕЙ**; **ВолГУ**; **ПРОБНЫЕ ЕГЭ**). При этом единица **ПРОГРАММИСТЫ** выделена только прописными буквами. Использование данной единицы позволяет привлечь внимание конкретной аудитории — абитуриентов, планирующих поступать на направления подготовки сферы информационных технологий. Шрифт меньшего размера применяется для передачи информации о дате, времени и месте проведения пробных ЕГЭ. Иерархия размеров шрифта внутри одного текста эффективно направляет восприятие аудитории.

В рекламном тексте Волгоградского государственного университета также представлены рисунки — изображения ноутбука, планшета и блокнота, использование которых «способствует аттрактивности и экспрессивности текста и позволяет экономно обозначить его содержание» (подробнее об использовании рисунков в поликодовом тексте см.: [2, с. 149–150]).

В исследуемом материале рекламные сообщения часто сопровождаются фотоизображениями, усиливающими и уточняющими смысл текста. Часто встречаются реалистичные изображения улыбающихся студентов, что создает ассоциацию с легкой учебой, приносящей удовольствие. Такое фотоизображение использовано, например, в рекламном тексте Московского института технологий и управления.

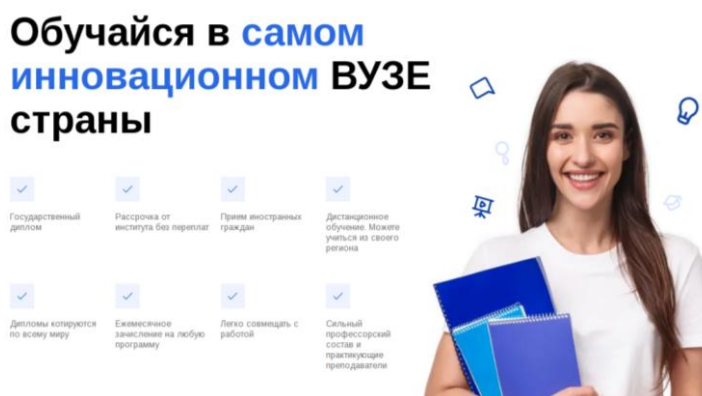


Рис. 3. Рекламное сообщение на сайте Московского института технологий и управления

Кроме того, адресант акцентирует внимание аудитории на прилагательном *инновационный* и, образуя форму превосходной степени, использует его как качественное прилагательное. Данный прием позволяет автору рекламы указать на преимущества учебного заведения на рынке образовательных услуг.

Таким образом, проведённый анализ позволил установить, что в рекламе вузов используются как графические, так и неграфические средства поликодовости. В исследуемом материале среди графических вербальных средств отмечены прописные буквы, среди графических невербальных средств — знаки других кодовых систем, шрифтовые выделения и рисунки; среди неграфических средств поликодовости — фотоизображения. Невербальные составляющие текстов, дополняя вербальный компонент, привлекают и удерживают внимание реципиентов. Авторы рекламы высших учебных заведений нередко сочетают несколько средств поликодовости, что позволяет усилить воздействующий потенциал текста.

ЛИТЕРАТУРА

1. Печетова Н. Ю. Способы и средства реализации воздействующей функции в рекламных текстах сети интернет / Н. Ю. Печетова, В. Г. Николаева // Вестник Северо-Восточного федерального университета им. М.К. Аммосова. — 2018. — № 5 (67). — С. 97–106.
2. Рацибурская Л. В. Поликодовость как проявление креативности современного медийного текста / Л. В. Рацибурская, С. Г. Бусарева // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. — 2024. — Т. 23, № 4. — С. 142–158. — DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2024.4.11>
3. Селеменова О. А. Средства создания рекламных эффектов в креолизованных текстах маркетинговой коммуникации / О. А. Селеменова // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. — 2019. — Т. 18, № 4. — С. 105–117. — DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2019.4.8>
4. Тошович Б. Мультимедийная лингвистика / Б. Тошович // Мультимедиијална стилистика / под ред. D. Dojčinović, G. Milašin. — Баньалука ; Грац : Матрица српска — друштво чланова Матице српске у Републици Српској. Институт за славистику Универзитета «Карл Франц» у Грацу. Комисија за стилистику Међународног комитета слависта, 2018 — С. 131–153.

УДК 81'374

А. В. Светлова

*Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный
университет промышленных технологий и дизайна»
(Научн. рук. — канд. филол. наук А. А. Балакай)*

ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ СЛОВА «МЕЙНСТРИМ»

Ключевые слова: лексикография, лексикографический портрет, слово «мейнстрим», заимствованная лексика, англицизмы, функционирование слова.

Об успешной адаптации заимствованного слова в языке свидетельствует его закреплённость в словарях, однако толковые словари в силу объективных причин не всегда успевают фиксировать происходящие изменения. Одним из эффективных способов решения этой проблемы является лексикографический портрет слова. Лексикографический портрет слова — это такое описание слова, при котором все его свойства представлены во всём богатстве и разнообразии.

Одно из заимствованных слов, не новых, но актуализировавшихся в последнее время в русском языке и в связи с этим требующих лексикографического портретирования, — англицизм «мейнстрим».

В русском языке впервые слово «мейнстрим» было зафиксировано в конце 80-х гг. XX в. в словаре-справочнике «Новые слова и значения» [5, с. 448]. Первоначально данное слово относилось к сфере музыки и означало *«основное направление в джазовой, роковой музыке, содержащее все ее характерные черты»*. В данном значении это слово встречается в журналах «Аврора», 1987 г. и «Ровесник», 1989 г.

Анализ современных толковых словарей свидетельствует не только о сохранении, но и о расширении значения данного слова. Так, словарная статья в Словаре русского языка Т. Ф. Ефремовой (2006) [2] подтверждает, что это понятие все еще относится к музыкальной сфере, однако лексикографическая семантика не ограничивает его употребление только сферами рока и джаза — двух ранее упомянутых музыкальных жанров, а дает характеристику с неочерченными границами музыкальных стилей. Несмотря на то, что слово «мейнстрим» активно функционирует в русском языке уже более полувека, словарь Т. Ф. Ефремовой является чуть ли не единственным на сегодняшний день общесистемным словарем, в котором встречается данный англицизм.

В Словаре иностранных слов Л. П. Крысина (2012) [4] «мейнстрим» — это *«основное направление развития в искусстве, литературе, кино, музыке и др.»*. Лексикографическая фиксация данного значения впервые происходит в 2012 г., но в речевой практике оно функционирует еще с начала 2000-х гг., и данное значение до сих пор не утратило актуальности.

В Словаре англицизмов А. И. Дьякова (2021) [1] приводятся следующие дефиниции: *част. 1. общ. иск. Что-либо, составляющее основное направление; главное направление в искусстве. 2. муз. Тип джазовой музыки, основанной на свинге*. В первом значении слово описывается как общеупотребительное, что свидетельствует о расширении значения и выходе его за рамки профессиональной сферы. Однако второе значение, приведенное в словаре, подтверждает, что слово «мейнстрим» все еще актуально в качестве узкопрофессионального музыкального термина.

Таким образом, лексико-семантическое варьирование слова «мейнстрим» в 10-е годы XXI века происходит более активно, чем в конце XX века, слово продолжает расширять границы своего функционирования от конкретных музыкальных жанров до общих направлений в гуманитарной сфере, — но и на этом его семантическая трансформация не заканчивается.

В последние годы слово «мейнстрим» стало активно использоваться в жаргоне молодежи и людей среднего возраста. Значение его при этом вновь меняется. В Словаре молодежного сленга (2014) [3] «мейнстрим» определяется весьма широко: *«популярная вещь»*. Вероятно, в связи с широким функционированием в современной разговорной речи слово «мейнстрим» начинает развивать свой деривационный потенциал: впервые в словаре появляется прилагательное «мейнстримный», что означает *«популярный, модный»*. Справочно-информационный портал о русском языке ГРАМОТА.РУ и Викисловарь фиксируют еще два производных: «мейнстримовый» и «мейнстримщик». Так, под влиянием языковой моды на англоязычные заимствования в XXI веке слово «мейнстрим» расширяет значение и развивает словообразовательные связи в русском языке.

С конца 10-х годов XXI века семантика слова «мейнстрим» наряду с расширением денотата приобретает также отрицательную коннотацию: *«банальщина, избитость; то, что делает большинство»*. Расширение значения за счет оценочных коннотативных сем кажется неслучайным — ведь то, что пользуется большой популярностью и является общераспространенным, быстро становится скучным, неинтересным, избитым. Однако

несмотря на активизацию слова «мейнстрим» в современной речи именно в таком значении, обнаружить в словарях подобное толкование не удалось.

За период функционирования в русском языке — с 1980-х годов по настоящее время — слово «мейнстрим» нашло свое место в общесистемном толковом словаре Т. Ф. Ефремовой и в нескольких аспектных словарях, однако полной картины лексико-семантической эволюции слова в толковых словарях русского языка до сих пор нет. В этой связи интересно представить возможный лексикографический портрет слова «мейнстрим», который сложился за период жизни слова в русском языке. С учетом всех изменений, произошедших со словом «мейнстрим» на протяжении функционирования в русском языке, его лексикографическая репрезентация может быть следующей:

МЕЙНСТРИ́М [мэ], -а, *мн.* нет, *м.* [англ. *mainstream* букв. «основное течение»]. **1.** *Устар. Муз.* Основное направление в джазовой, роковой музыке, содержащее все ее характерные черты. *Тут играют качественный джазовый м.* **2.** *Муз.* Основное направление в определенном музыкальном стиле в какой-либо период. *Музыка м., в целом, одобряется обществом, а андеграунда - нет.* **3.** *Иск.* Главенствующее направление в искусстве, литературе, кино, музыке и др., актуальное в данный период. *М. кинематографа.* **4.** Популярная вещь; то, что является популярным на данный момент; то же, что тренд. *Сейчас м. называют любые массовые тенденции, популярные в обществе.* ◇ **До того как стало мейнстримом (разг.)** — до того периода, когда предмет или явление стали популярными. **5.** *Жарг.* Избитость, банальщина; то, что делает большинство. *Отсюда избитость м. и уникальность альтернативы.* **Мейнстримный**, -ая, -ое, *прил.* к знач. 4. Популярный, модный. **Мейнстримовский**, -ая, -ое. Относящийся к мейнстриму. **Мейнстримщик**, -а, *м.* Представитель мейнстрима.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дьяков А. И. Словарь англицизмов русского языка. — М.: Флинта, 2021. — 1383 с.
2. Ефремова Т. Ф. Современный толковый словарь русского языка / Т. Ф. Ефремова. — М.: Астрель, 2006. — 1165 с.
3. Захарова Л. А. Словарь молодежного сленга на материале лексикона студентов Томского государственного университета) / Л. А. Захарова. — Томск: Издательский дом Томского государственного университета, 2014. — 126 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/76817> (дата обращения: 16.12.2024).
4. Крысин Л. П. Современный словарь иностранных слов / Л. П. Крысин. — М.: АСТ-Пресс, 2012. — 410 с.
5. Новые слова и значения. Словарь-справочник по материалам прессы и литературы 80-ых годов. — СПб.: Издательство «Дмитрий Буланин», 1997. — 906 с.

УДК 81.42

А.В. Ганина

*Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»
(Научн. рук. — канд. филол. наук, доц. А. Н. Стебунова)*

ОСОБЕННОСТИ РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ ПОЛИТИКА (НА ПРИМЕРЕ ВЫСТУПЛЕНИЙ ПРЕЗИДЕНТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В. В. ПУТИНА)

Ключевые слова: речь, речевое поведение, политика, особенности, выступления, В. В. Путин.

Речь отражает различные психические функции и уровень личности. Каждый выбор, который делает человек, показывает его индивидуальные психологические

особенности и выражается на личностном уровне, что позволяет судить о его характере. Подсознательный выбор указывает на автоматизированные навыки и привычки, тогда как выбор языковых средств свидетельствует о речевых привычках.

Речевое поведение исследуется в таких разделах языка, как функциональная стилистика, культура речи и риторика. *Речевое поведение* — это особый вид человеческого поведения, который включает в себя речевые действия и использование языка [1, с. 44]. Психолингвисты считают, что *создание речи* — это творческий процесс, который в некоторой степени стандартизирован [1, с. 44], и изучают речевое поведение как деятельность человека в рамках системы коммуникации.

Социолингвисты рассматривают речевое поведение как способ выбора наиболее подходящего варианта для социально корректного выражения мыслей. В нем накапливается и реализуется социальный и культурный опыт группы, к которой принадлежит человек. В лингвокультурологии речь идет о том, как представители разных наций или субкультур используют язык. Национальные особенности культуры влияют на речевую деятельность.

На речевое поведение влияют разные обстоятельства, в которых происходит общение. К ним относятся: характер общения (неформальное или формальное), вид взаимодействия (публичное, личное или опосредованное) и возможность обратной связи между отправителем и получателем сообщения. Речевое поведение личности зависит не только от её постоянных социальных характеристик и позиции в обществе, но и от социальной ситуации, в которой она находится.

Речевое поведение часто строится на привычках и стереотипах; оно может проявляться как в общепринятых выражениях и клише, так и в индивидуальных речевых стилях. Существуют определенные правила, которые помогают достигнуть взаимопонимания в общении — это *максимы Г. П. Грайса*. Они включают: *постулат количества* (выражайся кратко), *постулат качества* (говори правду), *постулат релевантности* (не отходи от темы), *постулат ясности* (изложение должно быть понятным) [1, с.60]. *Г. Лич* добавил ещё два: *постулат вежливости и иронии*, причем вежливость в общении помогает избегать конфликтов и достигается с помощью различных правил и приемов [1, с.67].

Исходя из этого, можно охарактеризовать речевой имидж Президента Российской Федерации В. В. Путина. Его жизнь и карьера тесно связаны с важными событиями и политическими изменениями в России за последние десятилетия. В. В. Путин производит впечатление мощного и уверенного лидера. Его речь спокойная и стабильная, это поддерживает его образ как авторитетного политика. Он говорит четко и понятно, это придает его словам значимость и серьезность. В своих выступлениях он часто акцентирует внимание на значении национальных интересов и суверенитета России, это создает определенный патриотический фон в его заявлениях (*«Россия — многонациональная страна, сложена из сотен культур, языков, традиций, и братство народов всегда было и остается ее главной опорой, преимуществом, силой»*) [3, с.109]. Речи В. В. Путина демонстрируют его стратегический подход к различным вызовам и проблемам. Он, как правило, опирается на логические доводы и долгосрочные планы. Это проявляется в его высказываниях о внутренней и внешней политике, где он делится видением развития страны и мира (*«Нужно избавиться от этого искушения, попыток мир под себя причесать»*) [3, с. 22]. Он также выступает с прямолинейными и прагматичными заявлениями, подчеркивая необходимость решительных действий и твердых решений в интересах страны. В этом плане его общение фокусируется на выражении решимости достигать поставленных целей (*«Если драка неизбежна, бить надо первым»*) [3, с. 78].

Стиль речи В. В. Путина может варьироваться в зависимости от ситуации: во время кризисов или значимых политических событий его выступления могут становиться более эмоциональными, а в периоды стабильности — более взвешенными.

Проанализируем известную речь В. В. Путина: *«Обращение к Федеральному Собранию»*. В 2024 году В. В. Путин выступил с обращением к Федеральному Собранию, в котором поднимает главные вопросы для государства за год. Он использует официальный и спокойный тон, что подчеркивает его статус лидера: *«Уважаемые граждане России! Уважаемые члены Совета Федерации и депутаты Государственной Думы!»* [2, с. 7]. Политик акцентирует внимание на безопасности, экономическом развитии, международной политике и социальной политике: *«Мы также прошли через масштабные, непростые преобразования, справились с абсолютно новыми и очень сложными экономическими, социальными вызовами, сохранили единство страны... Главное — надёжно обеспечить безопасность Отечества и нашего народа...»* [2, с. 8].

Президент говорит о важности национального единства и сплоченности: *«Шли, идём и будем идти своим уверенным курсом. Были и будем вместе. Наша сплочённость — самая прочная основа для дальнейшего развития. В предстоящие годы нам надо ещё больше укрепить своё единство»* [2, с. 8]. Речевое поведение политика основывается на сочетании уважительного обращения, решения актуальных вопросов и подчеркивания важности единства и безопасности. Использование политиком разных частей речи, таких как *имя существительное (граждане, члены, депутаты, интересы* — используются во множественном числе и именительном падеже), *имя прилагательное (уважаемые, масштабные, непростые* — используются во множественном числе и именительном падеже), *глагол (прошли, шли, идем* — используются во множественном числе, изъявительное наклонение, слова имеют разные времена и вид: первое и второе — прошедшее время, третье — настоящее время; первое — совершенный вид, второе и третье — несовершенный вид; *укрепить* — используется в инфинитиве, совершенный вид) и *наречие (надёжно)* позволяет ему формировать уверенное и решительное впечатление, вызывая доверие у аудитории.

Рассмотрев речь В. В. Путина на конкретном примере, можно сделать вывод, что его речевое поведение обладает чертами — уверенность, коммуникативность и целеустремленность. Он стремится установить крепкую связь со своим народом и другими важными лицами (депутаты, политики и т. д.), а также внести огромный вклад в развитие своей страны. Это создает образ лидера, которому доверяют и к мнению которого прислушиваются. Речевое поведение политика становится инструментом не только политической коммуникации, но и выражения стратегического видения развития России, что делает его поддержку у населения более устойчивой.

ЛИТЕРАТУРА

1. Полякова Л. С. Понятие «речевое поведение»: теоретические аспекты» / Л. С. Полякова // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. — 2012. — №3. — С. 44-47.
2. Иванов В. В. Высший национальный приоритет / В. В. Иванов // На пути к гражданскому обществу. — 2020. — №1 (37). — С. 7-9.
3. Путин В. В. Цитаты и афоризмы / В.И. Жиглов. — Москва: [б. и.], 2016. — 159 с.

А. С. Шайтур

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»
(Научн. рук. — канд. филол. наук, доц. А. Н. Стебунова)

ОСОБЕННОСТИ СТУДЕНЧЕСКОГО ЖАРГОНА МОЛОДЕЖИ ДОНБАССА

Ключевые слова: жаргон молодежи Донбасса, студенческий жаргон Донбасса, жаргон учащейся молодежи Донбасса, источники пополнения жаргона, формирование жаргона Донбасса.

Как разновидность национального языка, жаргон иллюстрирует изменчивость и развитие языка и социума. Молодежный жаргон — это специфическая языковая форма, отличающаяся высокой скоростью обновления и отражающая актуальные события и интересы молодого поколения. В регионах с уникальными социальными и политическими условиями, таких как Донбасс, молодежный жаргон приобретает особую роль, проявляя не только языковые, но и культурные особенности.

Жаргон — «речь какой-нибудь социальной или иной объединенной общими интересами группы, содержащая много слов и выражений, отличных от общего языка, в том числе искусственных, иногда условных» [3, с.1360].

Причины использования жаргонных слов: желание отделиться от старших, говорить со сверстниками на «своём языке», с помощью стилистически сниженной речи можно наиболее ярко передать свои чувства и переживания. Также молодежный жаргон склонен к упрощению и сокращению слов, что связано с потребностью в быстрой и удобной коммуникации. [2, с.10 —11].

Студенческий жаргон — это один из видов профессионального жаргона, он присутствует в речи абсолютно всех студентов, так как его функция — обозначить предметы и явления профессиональной сферы. Это связано прежде всего с номинацией субъектов деятельности, объектов, с помощью которых она осуществляется, оценкой процессов и результатов.

В студенческих жаргонизмах можно условно выделить две основные категории:

1. Универсальный, традиционный студенческий жаргон, который передается из поколения в поколение (*академка* — академический отпуск, *бомба*, *шпора*, *гармошка* — название шпаргалок, *курсач* — курсовая работа, *завал*, *хвост* — предмет, по которому есть проблемы, *общага* — общежитие).
2. Присуща определенному профессиональному направлению, например, название специальностей, предметов и т. д., например: *матан* (математический анализ), *гидра* (гидродинамика), *сопромат* (сопротивление материалов), *кря* (кафедра русского языка).

С учетом значения слов можно классифицировать словарь студенческого жаргона по следующим **тематическим группам**:

1) документы: *студик*, *студак*, *студбил* — (студенческий билет), *зачетка* (зачётная книжка), *бегунок* (обходной лист); *хвостовка* — (индивидуальная ведомость для пересдачи зачета или экзамена);

2) студенческие работы, их виды: *курсач* (курсовая работа), *диплом* (выпускная квалификационная работа), *варик* (вариант), *самостоялка*, *ср*, (самостоятельная работа), *лаба*, *лабораторка* (лабораторная работа), *домашка*, *дз* (домашняя работа), *практика*, *пз* (практическое занятие);

3) академические отчетности, их виды и оценивание: *экз* (экзамен), *гос* (государственный экзамен), *хвост*, *завал*, (академическая задолженность);

4) названия студентов: *абитура* (абитуриенты), *первак*, *дебютант*, *перваш* (первокурсник), *старшекурсник* (студент старших курсов), *ботан*, *заучка*, *зубрила*, *бот* (отличник);

5) преподаватели и другие сотрудники университета: *доцык*, *препод*, *профик* (доцент, преподаватель, профессор), *научрук*, *научник* (научный руководитель), *коменда* (комендант общежития); *дек* (декан);

6) обозначения временных отрезков: *пара*, *лента* (занятие продолжительностью в два академических часа), *окно* (отсутствие пары между другими парами), *академ* (академический отпуск), *дедлайн* (срок для выполнения работы);

7) действия студентов и преподавателей в учебном процессе: *сливать*, *забивать*, *игнорить* (пропустить занятие), *инпаргалить*, *скатывать* (списывать), *завалить студента* (задавать на экзамене слишком много вопросов и в результате поставить «неуд»).

Встречаются и устойчивые сочетания слов, например, *закрыть сессию*, что значит — успешно сдать все экзамены и зачёты; невозможно представить современного студента без интернета, в этой среде активно функционирует выражение — *скинуть в личку* (отправить какую-либо информацию в личные сообщения в социальной сети). Известно, что в каждом учебном заведении существуют свои специфические выражения и жаргонизмы. Так, например, *матан* (математический анализ), *сопромат* (сопротивление материалов) у студентов технических профилей, *заруба* (зарубежная литература), *унт* (устное народное творчество)

Морфологические способы создания производных слов делятся на два основных типа: аффиксальные и безаффиксные. К аффиксальным способам словообразования причисляем суффиксацию и сложносуффиксальный способ. Безаффиксные способы: сращение, аббревиация, усечение производящей основы. Жаргонная лексика пополняется также словами, заимствованными из других языков, в частности, из английского.

Суффиксация: *профик* — «профессор»; *уник* — «университет»;

Аббревиация: *госоценка* — «государственная оценка»; *филфак* — «филологический факультет».

Усечение производящей основы: *библа* — «библиотека»; *абита* — «абитуриент»; **Метафоризация:** *антибиотик* — «медицинский работник в образовательном учреждении»; *автомат* — «зачет, полученный автоматически по результатам текущей успеваемости»;

Заимствованная лексика: *латинос* — «преподаватель латинского языка»; *фрешер* — «первокурсник».

Профессиональные термины: *лава* — «шумная компания», *лента* — «занятие», *забуриться* — «глубоко вникнуть».

Самые популярные способы образования лексики студенческого жаргона — это аббревиация и усечение производящей основы, метафоризация и заимствования иноязычных слов. Кроме суффиксации, особой активностью отличается усечение производящей основы: *абитура* — *абитуриенты*, *препод*, *преп* — *преподаватель*, *универ*, *уник*, *университет*.

Анализ языковых особенностей молодежного жаргона позволяет сделать **вывод**, что это динамичное и изменчивое явление, активно развивающееся в условиях быстрого обновления информации и социальных изменений [1, с.208]. Студенческий жаргон занимает особое место в системе молодежного жаргона Донбасса, являясь одной из наиболее развитых и влиятельных его подгрупп. Он отражает не только специфику студенческой жизни, но и общие тенденции развития молодежного языка в регионе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Горбачевич К.С. Нормы современного русского литературного языка. 3-е изд., неиспр. М.: Просвещение, 1989. — С. 208.
2. Загоровская О.В. Лексические инновации в русском языке новейшего периода // Актуальные проблемы изучения и преподавания русского языка на рубеже XX—XXI веков. — Воронеж, 2001. — С. 10—11.
3. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка / под ред. проф. Л.И. Скворцова. 27-е изд., испр. — М.: Оникс: Мир и образование, 2011. — 1360 с.

УДК 81`373.49

П. Р. Шведченко

*Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»
(Научн. рук. — канд. филол. наук, с.н.с. В. А. Рязанова)*

ИНТЕНЦИОНАЛЬНО НАГРУЖЕННЫЕ ЭВФЕМИЗМЫ КАК ЭЛЕМЕНТ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ ДОНЕЦКИХ СМИ

Ключевые слова: эвфемизмы, донецкие СМИ, публицистика, коммуникативная установка, восприятие.

Эвфемизмы играют значительную роль в публичной коммуникации, оказывая влияние на восприятие информации аудиторией. В публицистическом тексте эвфемизмы служат не только для предотвращения шокирующего воздействия на читателя, но и для создания определенного имиджа автора или организации, в рекламах и репортажах журналистов для создания определенного тонального фона, позволяя авторам смягчить высказывания по социальным и политическим вопросам. В условиях разнообразия культур и мнений они способствуют более деликатному общению и помогают избежать оскорблений. Проведение сравнительного анализа употребления эвфемизмов в различных СМИ, как национальных, так и региональных, может дать более полное представление о тенденциях в языке. Этим обусловлена **актуальность** данного исследования.

Цель нашего исследования — изучить особенности использования интенционально нагруженных эвфемизмов в донецких СМИ. Задачи: дать определение термину эвфемизм; выявить функции эвфемизмов с позиции говорящего в публицистических текстах; проследить, как авторы используют эвфемизмы в СМИ ДНР.

Материал исследования — тексты донецких информационных ресурсов (Сетевое издание «Донецкое время», новостной паблик «ДОНЕЦК ДНР НОВОСТИ СВО ДОНБАСС РОССИЯ НОВОРОССИЯ», информационные телеграм-каналы «Типичный Донецк», «АГС Русского Донбасса»).

Эвфемизм — это нейтральное по смыслу и эмоциональной «нагрузке» слово или описательное выражение, используемое в текстах и публичных выступлениях для замены других, считающихся неприличными или неуместными слов и выражений. Явление эвфемистической замены находится в центре пересечения экстралингвистических и лингвистических проблем, так как по своей природе является социальными образованиями.

Функциональная классификация эвфемизмов подразделяется на зоны говорящего и слушающего. С точки зрения говорящего выделяются эвфемизмы интенционально не нагруженные (автоматические) и интенционально нагруженные, используемые «а» с целью минимизации правовых рисков ("открытый рейдерский захват чужой интеллектуальной собственности" вместо "воровство авторской программы"); с целью минимизации этических рисков (например, "подошла дама преклонных лет" вместо "подошла старуха")» [1, с. 306]. По соотношению между языковым знаком и денотатом эвфемизмы делятся на явные, затемнённые и перверсные.

Нами выявлены и проанализированы эвфемизмы, использованные в донецких СМИ.

1. «Объявление *СВО* стало поворотным событием не только для ДНР, ЛНР и России, но и для всего мира» (Сетевое издание «Донецкое время»: <https://dontimes.ru>). Использование наименования *специальная военная операция (СВО)* формирует альтернативное представление о складывающейся картине, делая её менее опасной в официальных сообщениях и средствах массовой информации. Однако является и порождением споров и конфликтов, так как многие требуют называть вещи своим именем — «война».

2. «Бойцы воспользовались плохими погодными условиями, не позволяющими врагу полноценно использовать дроны, *зачистили* район и продолжили наступление...» («ДОНЕЦК ДНР НОВОСТИ СВО ДОНБАСС РОССИЯ НОВОРОССИЯ»: <https://vk.com/novnews>). Нейтральное слово *зачистили* означает, что бойцы провели операцию по очистке района от противника. Это может включать в себя как физическое уничтожение врага, так и выдворение его сил с определенной территории, происходит избежание прямого употребления слова *убили*.

3. «Россия готова изучать *предложения по Украине*, но изучить — не значит согласиться» (Информационный телеграм-канал «Типичный Донецк»: <https://t.me/itsdonetsk>). Эвфемизм используется для смягчения и уклончивой передачи информации о возможных переговорах или предложениях, касающихся конфликта между Россией и Украиной. Слово *предложение* может иметь контекст боевых действий и т. д.

4. «...любые действия в ближайшие несколько суток будут проводиться по очеретинскому сценарию, т.е. через *тотальное сжигание человеческого ресурса...*» (Информационный телеграм-канал АГС Русского Донбасса: https://t.me/Ags_Donbass). Эвфемизм заменяет откровенные и жесткие выражения, такие как «массовая гибель», «потери», «уничтожение людей» или «жертвы». Использование эвфемизма позволяет поговорить о теме, которая вызывает сильные эмоции, без прямого упоминания жестокой реальности потерь.

5. «Жилистый, сухощавый бывший шахтер, выполняя боевую задачу, *лишился* левой руки и ноги, правого глаза» (Сетевое издание «Донецкое время»: <https://dontimes.ru>). Эвфемизм заменяет более жесткие и прямые выражения, такие как «ампутация», «оторвать», «стал инвалидом». В контексте потери конечностей или органов, выражение позволяет избежать вульгарности и делает описание менее шокирующим для читателя.

6. «Пока все *выглядит уныло*: Донецкую детскую железную дорогу обещают запустить в мае 2025 года.» (Сетевое издание «Донецкое время»: <https://dontimes.ru>). Нейтральное по смыслу *выглядит уныло* заменяет выражения «масштабные разрушения» или «катастрофически». Это делает оценку ситуации более завуалированной и позволяет избежать чрезмерной критики, сохраняя при этом негативный смысл.

Использование эвфемизмов в донецких СМИ представляет собой интересный аспект языковой политики и медиакommunikации в условиях конфликта и

нестабильности. Эвфемизмы помогают смягчить характеристики сложных, травмирующих или неприемлемых тем, что особенно актуально для обозначения военных действий, потерь и человеческих страданий. Они могут использоваться для защиты читателей от чрезмерной жестокости, для создания определенного имиджа событий и действующих сторон. Кроме того, эвфемизмы играют важную роль в формировании общественного мнения и политической риторики. Донецкие СМИ активно используют эвфемизмы для снижения эмоциональной нагрузки и смягчения критики по отношению к социальным и экономическим проблемам региона. Нейтральные выражения влияют на восприятие населения, создавая иллюзию улучшения ситуации или смягчая суровую реальность и её последствия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дегтярева А.Р. Эвфемизм как тактика ухода от правовых и этических рисков в публичной коммуникации / А.Р. Дегтярева // Современные проблемы науки и образования. — 2011. — № 6. — С. 306.

Дискурсология и генристика

УДК 81'42

В. В. Гербутова

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»
(Научн. рук. — канд. филол. наук, доц. Н. П. Курмакаева)

СПОСОБЫ И СРЕДСТВА СЛЕНГИЗАЦИИ РЕЧИ СОВРЕМЕННОЙ ДОНЕЦКОЙ МОЛОДЕЖИ

Ключевые слова: современный молодежный сленг, сленгизация, способы и средства сленгизации, донецкая молодежь, межличностная и сетевая коммуникация.

Для современного представителя молодого поколения сленг стал важной составляющей повседневной жизни. Он является отражением мышления, показателем эмоций и проявлением социального поведения. Значительный вклад в разработку этого пласта слов внес донецкий учёный с мировым именем Е.С. Отин, который писал о процессах активизации жаргонных слов и фразеологии в речи молодежи [1, с. 3].

Молодежный сленг — это «абсолютно естественная реальность функционирования языка», один из его социолектов, «относительно автономная форма существования единого национального языка» [2, с. 149].

Данная работа посвящена изучению способов и средств сленгизации речи донецкой молодежи в межличностной и сетевой коммуникации. **Актуальность темы** обусловлена динамичностью сленга и необходимостью исследования его словообразовательных потенций. **Цель работы** — описание современных сленговых слов с точки зрения способов и средств их образования.

Задачи исследования: выявление, систематизация, определение происхождения, источников и факторов формирования сленговых единиц. Материал подобран **методами** наблюдения, опроса и выборки из социальных сетей. **Научная новизна** работы заключается в исследовании относительно новых сленговых единиц.

В ходе анализа фактического материала было установлено, что типичный способ образования сленгизмов — **заимствование**, которое подразделяется на **кальку** и **полукальку**. Примером кальки служит выражение «**красный флаг**» («red flag») — сигнал в поведении человека, который указывает на то, что личность может быть опасна. Процесс полукальки отражает выражение «**онли факты**» («only facts») — распространять только достоверную информацию.

Аффиксация, как показывает исследование, является достаточно распространённым явлением среди донецкой молодежи. Благодаря этому способу появляются новые варианты сленгизмов, происходит переход из одной части речи в другую. «**Тарелочница**» — девушка, которая ходит на свидание только для того, чтобы поесть за счёт мужчины. Пример аффиксации, в котором использована уменьшительно-ласкательная форма имени существительного «тарелка» → «тарелочка» + суффикс -ниц-.

Довольно интересным средством является **антономазия** — мощный инструмент, который позволяет сделать речь более запоминающейся. В качестве примера приведем выражение «**найк про**» — девушка, привлекающая внимание к своей фигуре. Образовано от названия коллекции одежды известного бренда «Nike».

Аббревиация — достаточно сложный и многогранный способ сленгизации, который применяется, чтобы сделать речевой оборот более кратким. Пример: аббревиатура «**НН**» образована от англ. словосочетания «no name» и имеет такое значение: никому не известная личность, малоизвестный человек.

Для эмоционального воздействия и акцентирования внимания на высказывании при минимуме языковых средств применяется **каламбурная подстановка**. Фразеологизм «**фары слепят**» употребляется для выражения восхищения женским бюстом, яркий пример данного способа.

Сленгизм «**делулу**» — живущий в своих фантазиях, образован от английского «delusional» («заблуждение») с помощью **редупликации**, которая применяется для подчеркивания интенсивности или многократности действия и усиления его значения.

Метафоризация направлена на создание нового значения, воспроизведение мысли в разнообразных формах. Выражает то, что не поддаётся описанию в виде прямых номинаций, а также придает тексту дополнительный смысл. Примером выступает слово «**трансформер**» — человек, который кардинально сменил имидж с помощью одежды, макияжа или прически.

Приём **метатезы** применяется для создания комического эффекта, чаще возникает при переходе выражения из одного языка в другой, но также употребителен и в отношении уже усвоенных или исконных слов. «**Абаюнда**» — полное и безоговорочное согласие двух сторон. Образовано от транскрипционного варианта слова «обоюдно» — [абаюдна] с применением перестановки звуков [д] и [н].

При помощи **сложения частей слов** происходит выражение сложных понятий и уточнение уже имеющихся. Примером является слово «**квадробика**» — увлечение детей и подростков, которые подражают животным и имитируют их повадки. Образовано путем сложения корня «квадро» («четыре») и усеченной конечной части от «аэробика».

Усечение основы — способ создания разговорных или неформальных слов, используется для придачи речи непринужденности и экспрессивности. Пример: «**симп**» — чрезмерно влюбленный в девушку молодой человек, готовый бесконечно угождать и идти наперекор собственным интересам. Сленгизм произошел от английского слова «simpleton» («простак»).

Универбация — свёртывание двух слов с предметной семантикой, при этом используется основа лишь одного из членов словосочетания, но смысл сохраняется. «**Босс художки**» — человек, который даже незначительно выделяется среди остальных. Выражение состоит из универбализованного словосочетания «художественная школа» → «художка» и слова «босс».

Стоит отметить, что современная донецкая молодежь, как и вся российская, подвержена влиянию английского языка, из которого приходит множество слов, связанных с различными сферами интересов. Чаще всего сленг применяется неосознанно, смысл выражений весьма приблизителен, а происхождение вовсе неизвестно для говорящего. Серьезная экспансия молодежного сленга в повседневную разговорную речь вызвала острую необходимость заниматься данной проблемой.

ЛИТЕРАТУРА

1. Отин Е.С. «Все менты — мои кенты...» (Как образуются жаргонные слова и выражения) / Е.С. Отин. — Донецк: Юго-Восток, 2010. — 228 с.
2. Приходько И.Г. Молодежный сленг в СМИ: расширение сферы функционирования // Русский язык и литература: Проблемы изучения и преподавания в школе и вузе. — К., 2006. — С. 149.

Ю. П. Канболатова

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»
(Научн. рук. — канд. филол. наук, доц. Н. П. Курмакаева)

ДИНАМИКА РЕЧЕВОГО ПРОСТРАНСТВА ДОНЧАНИНА

Ключевые слова: донецкий региолект, лексико-семантические изменения, стилистическое своеобразие речи, тематические трансформации, экспрессия.

Наше исследование посвящено изменениям, произошедшим в речевых практиках жителей Донбасса за последние 10 лет в связи с тектоническими процессами в социокультурной ситуации региона.

Актуальность данной работы заключается в том, что сама ситуация развивается динамично, что влечет заметные изменения и в речи. Донецкая же речь только начинает активно фиксироваться и изучаться [2; 3], поэтому определенные аспекты темы требуют дополнительного внимания. Проведенное нами исследование является вкладом в эту работу и направлено на заполнение существующих пробелов.

Целью работы является изучение лексико-стилистических особенностей речи жителей Донецкого региона в динамическом ракурсе.

Для достижения цели были поставлены задачи собрать из свежих источников, систематизировать и описать явления нового, ранее не отмечавшегося в речи дончан.

Материалом исследования является устная речь жителей нашего региона, в том числе студентов и школьников; тексты общения дончан в соцсетях, тексты блогеров и военкоров, художественные и публицистические тексты донецких авторов.

В первую очередь следует отметить резко поменявшуюся тематику в речевом пространстве Донбасса, связанную с затянувшимися военными действиями и изменившейся действительностью в регионе в целом. Тематические трансформации в речи представляют собой процесс изменения содержания высказывания в зависимости от темы или контекста общения. Этот процесс является важным аспектом коммуникации, поскольку помогает адаптировать информацию к нуждам аудитории и обеспечить эффективное взаимодействие между собеседниками. Известно, что до 2014 года отмечалось преобладание тем, связанных с повседневной жизнью, работой, семьей, отдыхом. После начала военных действий региональные речевые акценты сменились.

Одним из примеров тематических трансформаций в речи является изменение акцента или основной идеи высказывания в зависимости от ситуации. Например, в газете «Донецкий кряж» за 29.01.2025г. наряду с «мирными» темами, такими, как «Благоустройство продолжается», «Судьба быть балериной», присутствуют темы, обусловленные войной: «Горели, горят и будут гореть» (о вражеских танках на полях сражений), «Позывной Скрипач: Я знал, что мне нужно сюда» (разговор с участником СВО), «Восстановление после обстрела» (о восстановительных работах в Луганске).

В донецких текстах (и устных, и письменных) выделяется общий признак — направленность на реалии донбасского региона, военную и гражданскую ситуацию в нем, нередко с креативным компонентом: *Наши насыпают... Все знают, что делать — заряжаем зарядки, набираем набиралки* [1, с. 130]. Отражаются проблемы жизни и быта жителей, их характер, специфика менталитета, которую поэт Анна Долгарёва экспрессивно охарактеризовала как «придонбашенные».

В речи жителей региона за последние 10 лет появились новые слова и выражения, связанные со сложившейся ситуацией, например: кафе «Сепар» (в центре Донецка), *укроп, мобик, бат, беспилоты, день воды, Ангелы Донбасса, Горловская Мадонна* и др.

Одним из ярких примеров новизны в современной речи жителей Донбасса является использование нового сленга и жаргонных выражений, подчеркивающих социальную и политическую принадлежность людей: *ополченцы (ополчи), нацики, вышиватники*.

Активное использование профессионализмов, связанных с шахтерской спецификой региона (*рубать уголёк, дать две упряжки, тормозок для Шубина*), резко поменялось на выражения, связанные с войной (*обстрел, минуса, блокпост, прилёт*), политикой (*денацификация, демилитаризация, перемирие, Минские соглашения*), гуманитарной обстановкой (*волонтеры, гумконвой, гуманитарка*).

Заметно усиление патриотических настроений, выражающееся в использовании слов и выражений, связанных с национальной принадлежностью и исторической перспективой региона: *Русский Донбасс, Новороссия, ДНР, ЛНР, Русский мир, Донбасс — сердце России*.

Во многом изменились и эмоциональный фон высказываний, и экспрессивность речи. Стоит погрузиться в обсуждения положения дел в соцсетях, в посты блогеров об их отношении к происходящим событиям, как ощущаешь напряженность текстов, краткость и предельную информативность, например: 21:14 — *широкая балка, юго-запад рассыпались грады* (<https://vk.com/donbass.media>); 01.30 — *На Авдеевском направлении продолжают интенсивные артдуэли*. (https://vk.com/ags_donbass);

Как показывает материал исследования, военный конфликт на Донбассе, начавшийся в 2014 году, привел к серьезным социокультурным изменениям в регионе, что предельно отразилось на словаре и эмоционально-экспрессивной составляющей речи продуцентов. Жители региона, вынужденно погруженные в стихию военных действий, ежедневно обсуждают *обстрелы, прилёты, наступления, потери*, становятся знатоками названий новых видов оружия и боеприпасов («Ураган», «Гуацинт», «Хаймерс»), а также терминов, описывающих новые ситуации, возникающие в связи с войной (*водная блокада, переговоры о мире, эвакуация, день воды, сидеть в подвале/бомбоубежище*).

Таким образом, военный конфликт на Донбассе привел к значительным трансформациям в сфере лексико-семантического и стилистического уровней языка, появлению новых слов и выражений, а также к изменению значений уже существующих слов. Трансформации в речевом пространстве Донбасса за последние 10 лет отражают сложные подвижки в общественном сознании и культуре региона, вызванные вооруженным конфликтом и политическими противоречиями.

ЛИТЕРАТУРА

1. Власкина Т.Ю. Самоидентификация жителей непризнанных Республик Донбасса: по материалам общения в Интернете // Вопросы психолингвистики №1(47) 2021. — С.126–139.
2. Донецкий региолект: монография / под ред. В.И. Теркулова. — Донецк: Изд-во ООО «НПП «Фолиант», 2018. — 265 с.
3. Курмакаева Н.П. Введение в лингворегионоведение: Теоретический курс: Учебное пособие Изд. 2-е, испр. и доп. / Н.П. Курмакаева. — Донецк: ГОУ ВПО «ДОННУ», 2021. — 207 с.

А. А. Менякина
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»
(Научн. рук. — канд. филол. наук, доц. Н. А. Ярошенко)

МЕТАФОРИЗАЦИЯ БЕССМЕРТИЯ РУССКОЙ ИСТОРИИ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ А.А. ПРОХАНОВА¹

Ключевые слова: русская история, религиозная метафора, концепт, публицистика, Проханов.

Актуальной задачей, стоящей перед современным языкознанием, является изучение языка в связи с человеческим сознанием, мышлением как культуры в целом, так и отдельных языковых личностей. Когнитивная лингвистика, изучая взаимосвязь языка и мышления, придает особое значение метафоре как средству познания окружающей действительности. Одним из важнейших представлений в сознании граждан является представление о развитии своей страны, ее истории.

В рамках данного исследования была поставлена **цель** проанализировать особенности употребления метафоры при концептуализации этапов развития истории Российского государства в публицистическом дискурсе А.А. Проханова.

Источником данных выступают тексты статей А.А. Проханова, опубликованные в российской еженедельной газете «Завтра» за 2023 год [2]. Данный выбор обусловлен тем, что в своем творчестве автор часто обращается к историческим параллелям, рассматривая современные события через призму прошлого. В его материалах можно встретить развернутые метафорические образы, которые передают духовность, нравственность русского человека.

В результате проведенного исследования удалось выявить, что для обожествления образа Российского государства и его истории в прохановских текстах чаще всего употребляются религиозные метафорические модели. В своей статье «Молекула Русского Бессмертия», в которой метафорично уже само название, автор передает представление о таинственном, сакральном законе русской истории, основанном на бесконечном развитии. Рассмотрим примеры контекстов: *«**Таинственный, мистический закон русской истории гласит, что Россия... может переживать катастрофу, может терять территории, превращаться в ничто, в точку. Но из этой точки вновь начинается рост, увеличивается пространство, расширяются границы, и опять расцветает...**»* [«Молекула Русского Бессмертия». 9 февраля 2023 г.]; *«**Но в который раз повторилось пасхальное чудо русской истории... зыбкое, хрупкое, исполненное несовершенства, подняло народ из праха, повело его от великих потрясений к величию**»* [«Миф “Пригожин”». 27 августа 2023 г.]

Необходимо отметить, что создаваемые Прохановым образы концептуально продуманы и выстроены, по названию каждой статьи можно с предельной точностью предположить, в пределах каких метафорических моделей будет развиваться тот или иной образ. Так, продолжает тему таинственного развития русской истории статья публициста «Алая икона Победы», где в названии алый оттенок красного цвета и образ иконы метафорически передают представление о тех потерях, которые понес русский народ во имя победы в Великой Отечественной войне. Рассмотрим контексты из вышеуказанной статьи: *«Русская победность в том, что **Россия** каждый раз после*

¹ Исследование выполнено в рамках инициативной темы «Языковая картина мира в контексте новейших лингвистических парадигм (номер госрегистрации НИОКТР 124112200105-7)

сокрушительных поражений... вновь возвращается в историю и начинает своё победное восхождение. Восхождение к идеалу, немеркнущему в русском сознании — бессмертному, прекрасному царству, где царит божественная справедливость...» [«Алая икона Победы». 4 мая 2023 г.]; *«Победа — тот мистический русский поток, который каждый раз выносит Россию из бездны и возносит её к величию»* [«Алая икона Победы». 4 мая 2023 г.]

Сакральный закон, основанный на бесконечном развитии, объясняется траекторией движения русской истории по таинственной синусоиде, представляющей собой метафору этапов развития страны. Данный процесс сопровождается определенным упадком в развитии государства, после которого закономерно происходит божественное воскрешение и наступает совершенно новый этап, более могущественный: *«Русская история движется по таинственной синусоиде... Русское государство, преодолевая потрясения, восходит к своему величию... пережить историческую смерть и воскреснуть в новом могуществе»* [«Нижегородское сознание». 9 августа 2023 г.]; *«Синусоида русской истории достигла своего дна и начала медленное восхождение. Ибо так устроены русские хребты, так текут реки... таким странным потусторонним огнём загораются голубые глаза русского человека, что русская история, казалось, навеки уснувшая, вдруг просыпается и начинает своё восхождение»* [«Вызываю огонь на себя!». 18 мая 2023 г.].

Концептуализация данного преобразования в публицистическом дискурсе Проханова сопровождается употреблением метафоры «молекула русского бессмертия»: *«Что это за маковое зёрнышко, из которого вновь вырастает цветок империи? Это молекула Русского Бессмертия»* [«Молекула Русского Бессмертия». 9 февраля 2023 г.]. Апеллируя к данному метафорическому образу, публицист имеет в виду ту невидимую силу, которая заложена в самом народе, в русском героическом характере: *«Русские скрывали эту молекулу, переносили её с места на место... Она хранилась в иконе рублёвской Троицы... в странствующем посохе протопопа Аввакума... таилась в письме Татьяны Онегину... Она таилась в песнях Шаяпина, когда тот с бурлаками тянул по волжским перекатам тяжеловесную хлебную баржу. Она укрывалась в Сталинграде... Русские ополченцы, русские танкисты, русские артиллеристы, русские лётчики... — в бой! За молекулу Русского Бессмертия!»* [«Молекула Русского Бессмертия». 9 февраля 2023 г.].

Такой взгляд публициста на исторический процесс можно объяснить словами русского писателя, публициста и литературного критика М. А. Кильдяшова, который отмечает, что Проханов является представителем сакрального реализма, так как создает небесные смыслы: «В сакральном реализме... единица в одночасье может стать равна миллиону. В сакральном реализме важно найти небесное в земном...» [1]. Сакральный реализм Проханова, обожествляя законы истории, показывает, что каждый глубинный образ, представляющий такие фазы подъёма и упадка в истории государства, — это не только образ, но и код. Представление о вечности русской истории также нашло свое отражение и в других метафорических образах, которые будут подробнее рассмотрены в статье.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кильдяшов М.А. Изборский клуб: Проханов — сакральный реалист. URL: <https://izborsk-club.ru/19282> (Дата обращения: 17.02.2025 г.).
2. Проханов А.А. Завтра. URL: <https://zavtra.ru/blogs/authors/8> (Дата обращения: 15.01.2025 г.).

А. А. Петрова

*Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Сибирский государственный университет науки
и технологий имени академика М. Ф. Решетнева»
(Научн. рук. — канд. филол. наук А. В. Михайлов)*

СОЗДАНИЕ ОБРАЗА СИБИРСКОЙ КУХНИ С ПОМОЩЬЮ ЛЕКСИКИ

Ключевые слова: сибирская кухня, образ, культура, лексика еды, концептуальные заведения общественного питания.

В данной работе рассматривается создание образа сибирской кухни с помощью лексических приемов, которые позволяют ярче и лучше выразить уникальность и разнообразие кулинарных традиций российских регионов. Сибирская кухня, являясь результатом многовековой истории, взаимодействия различных культур и доступных природных ресурсов, представляет собой не только гастрономическое богатство, но и важную составляющую культурной идентичности народов, проживающих в Сибири.

Автор считает, что сибирская кухня — это региональная разновидность русской кухни на севернорусской основе и с использованием местных продуктов. Традиционные блюда других народов Сибири вышли за пределы этнических культур относительно недавно [1].

Сибирь является огромным «плавильным котлом», где на протяжении веков смешиваются различные народы — русские, татары, буряты, ханты, манси, ненцы, тувинцы и другие. Каждый из этих народов стал важной частью современного этнокультурного пространства (субэтнуса), в которое неотъемлемо входит гастрономия [2].

В Сибири умение сохранять урожай было вопросом жизни и смерти в буквальном смысле. Некоторые способы сохранения продуктов питания имеют свою специфику. Замораживание, копчение, сушка и ферментация составляют основы местной кухни.

В данной работе описание «лексики пищи», или наименований блюд сибирской кухни, предполагает учет не только реальных особенностей национальной кухни, но и значимости того или иного приема пищи в течение суток в национальной кулинарной традиции, а также отношения к еде народов Сибири.

Для формирования образа сибирской кухни при ее описании используются местные слова, особенно в тех случаях, когда замену им в литературном языке найти невозможно.

Это слова, обозначающие традиционные блюда, такие, как пельмени, наименования рыбы (тугунок, туруханка, нельма и др.), «сугудай» (соленая рыба кусочками с резаным луком), «макса» (печень налима), «сенька» (томаты и огурцы);

- слова, описывающие продукты и труднодоступные приправы, такие, как дикий лук, черемша, ростки молодого папоротника и ароматные травы;

- слова, характеризующие способы приготовления пищи, например, «рыба в ящике», «суп в горшочке», «стерлядь в хлебной тарелке» и др. [5].

Во многих источниках указывается, что сибирская кухня представлена довольно скромно, в основном лишь несколькими рецептурными справочниками. Согласно одной из версий, до революции на обширной территории Сибири не существовало ни одной поваренной книги или сборника сибирских рецептов.

Рецепты с пометкой «сибирский» начали появляться в изданиях, выпущенных в Санкт-Петербурге и Москве, только с 1840-х годов, и то в ограниченном количестве. В

числе таких рецептов можно встретить сибирские пельмени, сибирский кисель, «варенье из сибирских янтарных яблочков» и булочки-шанежки.

Сведения о питании жителей Сибири можно получить лишь через этнографические описания, мемуары и произведения художественной литературы [3]; [4, с. 23-37].

Одной из особенностей сибирской кухни являются своеобразные кулинарные изыски с использованием доступных продуктов. В силу суровых климатических условий жители Сибири вынуждены были изобретать инновационные способы приготовления пищи, которые позволяли сохранять пищевые ценности продуктов в течение длительного времени.

В сибирской кухне много мясных блюд. Известны «сардыр» (тушеное мясо с хлебом), «бузулук» (тушеная картошка с квашеной капустой), пельмени, мясной пирог и многое другое. Традиционно мясо готовили на открытом огне или в дровяной печи, что создает впечатление о традиционном натуральном процессе готовки, связанном с природой Сибири. Использование различных специй и пряностей добавляет аромат, акцентируя внимание на богатстве кулинарной палитры. Популярным блюдом сибирской кухни является «уголек» — это мясо, обжаренное на углях и приправленное перцем и солью.

Сибирская кухня отличается сочетанием рыбы, дичи и таёжных приправ. Охотники и рыбаки знают много экзотических рецептов приготовления пищи на костре с помощью раскалённых камней и углей, что демонстрирует гармонию с природной средой. Описания копчения и засолки показывают, как местные жители адаптируют свои кулинарные традиции к суровым климатическим условиям, приготавливая запасы из ягод и грибов.

Образ сибирской кухни формируется не только вкусом блюд, но и мастерством их описания. Лексические приемы играют ключевую роль в создании уникального гастрономического восприятия региона. Метафоры, например, «дымный вкус» жареного мяса переносят нас в атмосферу холодной сибирской зимы, как и сравнения («свежие домашние салаты, как холодные горные ручьи»), подчеркивают натуральность и пользу продуктов. Названия блюд, такие, как «Уха из тайги», вызывают ассоциации с нетронутой природой Сибири, а упоминание праздничных пирогов и блинов на Масленицу укрепляет связь с местными традициями и обрядами. Описание текстур, как пишут в меню («нежные, тающие во рту пироги»), и ароматов создает яркий визуальный и сенсорный образ, в то время как термины «копчение» и «засолка» подчеркивают традиционность методов приготовления. Даже влияние промышленных изменений на рецептуру, демонстрируемое в современных кулинарных шоу, стало частью эволюции образа сибирской кухни, отражая ее динамичное развитие и сохраняя при этом культурную самобытность. Мастерское использование лексических средств позволяет не только передать вкусовые качества блюд, но и создать целостный культурный контекст сибирской гастрономии [5].

Сибирские рестораны, в частности красноярские, завоевали авторитет в России и даже претендуют на присвоение Красноярску звания гастрономической столицы. Таковы Tunguska, Fresco, «Хозяин Тайги». Важным компонентом для продвижения заведений общественного питания является персонификация авторской кухни и продвижение искусства шеф-повара. Описание технологий продвижения шеф-поваров предполагается автором в последующих работах.

ЛИТЕРАТУРА

1. Марусенков М. В сибирском вкусе. Что такое сибирская кухня? / М. Марусенков. — Режим доступа: <https://iskry.life/kitchen/sibirskaya-kuhnya-1>
2. Сидоров А. В поисках идентичности: сибирская кухня между прошлым и будущим // Известия / А. Сидоров. — Режим доступа: <https://iz.ru/828100/aleksandr-sidorov/v-poiskakh-identichnosti-sibirskaja-kukhnya-mezhdu-proshlym-i-budushchim>
3. Банкова Т. Б. Кулинарный код сибирских семейных обрядов: объективации в языке // Сибирский филологический журнал. 2008.. — № 4. С. 128–138.

4. Тарасенко Т. В. Сибирский парадный обед в свете языка / Т. В. Тарасенко // Сибирский филологический форум. — 2021. — № 5(17). — С. 23-37.
5. Традиции енисейской кухни / под общ. ред. И. В. Шеина. — Красноярск: Офсет, 2018. — 192 с.

УДК 316.772.3

Д. А. Пожидаева

*Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Луганский государственный педагогический университет»
(Науч. рук. — канд. филол. наук, доц. Т. А. Пономарева)*

СОВРЕМЕННЫЙ ЦИФРОВОЙ ЭТИКЕТ КАК СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ И ЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ ЯВЛЕНИЕ

Ключевые слова: этикет, коммуникация, речь, цифровой этикет, виртуальное общение.

Современная цифровая эпоха привела к трансформации традиционных норм общения, породив феномен цифрового этикета. В условиях стремительного развития технологий и распространения интернет-коммуникаций изменились формы взаимодействия между людьми, что отразилось как на социальных, так и на лингвистических аспектах общения.

Цифровой этикет представляет собой совокупность норм и правил, регулирующих поведение в онлайн-среде. Данный процесс затрагивает как вербальное, так и невербальное взаимодействие в цифровой среде.

Социокультурные аспекты цифрового этикета

Цифровой этикет определяется социальными и культурными факторами, отражая специфику национального менталитета, возрастные различия и уровень технологической грамотности пользователей. В разных странах нормы сетевого взаимодействия могут отличаться: в одних культурах приветствуется лаконичность и деловой стиль общения, в других допустимо использование эмоциональных выражений и эмодзи.

Кроме того, цифровой этикет зависит от возраста и опыта пользователя. Молодежь более склонна к неформальному общению, использованию сокращений и эмодзи, в то время как старшее поколение сохраняет традиционные формы вежливости. Эти различия требуют гибкости в онлайн-коммуникации и способности адаптироваться к стилю собеседника.

Лингвистические особенности цифрового общения

Лингвистическая специфика цифрового этикета выражается в изменении языковых средств коммуникации. Одним из ключевых явлений является активное использование сокращений, акронимов и эмодзи, которые компенсируют отсутствие невербальных сигналов. Например, выражение эмоций в текстовом формате зачастую заменяется символами, что характеризуется как новая форма паралингвистических средств общения.

Еще одним значимым аспектом является появление нового цифрового сленга, включающего неологизмы и заимствования. В социальных сетях и мессенджерах активно используются англицизмы, например, такие слова, как "фолловить", "лайкать", "шерить", которые органично вплетаются в повседневную коммуникацию. Это явление демонстрирует гибкость языка и его способность адаптироваться к современным реалиям цифрового взаимодействия.

Кроме того, характерной чертой цифрового дискурса становится изменение структуры предложений. Пользователи нередко сокращают фразы, упрощают синтаксис и используют пунктуацию не по традиционным правилам, а для выражения

интонации или эмоционального состояния. Многочисленные знаки вопроса или восклицания, а также капслок становятся выразительными средствами, заменяющими интонационные элементы устной речи. Эти изменения создают новый стиль письменного общения, который балансирует между устной и письменной речью.

Еще один важный аспект лингвистических изменений в цифровой среде — это феномен межъязыковой гибридизации. Например, в среде билингвов наблюдается смешение языков в одном сообщении, что способствует формированию уникального способа общения, доступного для определенных социальных групп. Такое явление можно наблюдать в международных интернет-сообществах, где пользователи создают новые формы выражения, комбинируя элементы нескольких языков.

Сопоставление правил речевого этикета, предложенные Н. И. Формановской, с современным цифровым этикетом

Речевой этикет представляет собой систему норм и правил, регулирующих речевое поведение людей в процессе общения. Согласно исследованиям Н. И. Формановской, речевой этикет охватывает широкий спектр речевых актов, от приветствий и прощаний до выражения благодарности, извинений и просьб. В современном цифровом пространстве этикет также играет важную роль, но претерпевает определенные изменения в связи с особенностями виртуального общения.

Речевой этикет, по мнению Н. И. Формановской, рассматривается как система устойчивых национально-специфических коммуникативных формул, обеспечивающих регуляцию общения. Основные функции речевого этикета включают контактную функцию, обеспечивающую установление и поддержание общения, регулятивную функцию, способствующую корректировке коммуникативного поведения, и этическую функцию, отражающую культурные нормы и ценности общества.

Ключевые элементы речевого этикета включают формулы приветствия и прощания, выражающие уважение и соблюдение норм вежливости, например, «Здравствуйте», «Добрый день», «До свидания». Формулы благодарности, такие как «Спасибо», «Благодарю вас», выражают признательность, в то время как формулы извинения — «Простите», «Извините» — помогают сохранить гармоничные отношения. Формулы просьбы, например, «Будьте добры», «Не могли бы вы...», демонстрируют уважение к собеседнику и способствуют эффективному взаимодействию [1, с. 46–49].

Лингвистический аспект речевого этикета включает использование устойчивых языковых конструкций, типичных для различных ситуаций общения. Н. И. Формановская подчеркивает, что эти конструкции обладают национальной спецификой и зависят от культурного контекста. Так, в русском языке широко используются уменьшительно-ласкательные формы в обращении, что делает речь более дружелюбной и теплой. Также важным аспектом является выбор обращения — «Вы» или «ты», что определяется статусом собеседников и степенью их знакомства [2, с. 16–18].

Современный цифровой этикет формируется с учетом особенностей виртуального общения, где отсутствует невербальная составляющая, такая как жесты и мимика. Важными принципами цифрового этикета являются уважение к времени собеседника, четкость и лаконичность сообщений, корректность тона общения, а также осознание конфиденциальности и безопасности информации. В отличие от традиционного речевого этикета, цифровая коммуникация требует дополнительных средств выражения эмоций, таких как эмодзи и знаки препинания, которые помогают передать интонацию и настроение сообщения.

Речевой и цифровой этикет имеют сходные цели — обеспечение комфортного общения и поддержание уважительных отношений между собеседниками. Однако цифровая среда вносит коррективы в традиционные нормы речевого поведения, требуя адаптации языковых средств и новых формул вежливости. Лингвистический анализ

показывает, что, несмотря на различия в формах выражения, базовые принципы уважения, ясности и этичности остаются неизменными.

Проблемы и вызовы цифрового этикета

Несмотря на очевидные преимущества цифровой коммуникации, нарушение норм этикета остается актуальной проблемой. Среди ключевых вызовов можно выделить агрессивное поведение, кибербуллинг и троллинг, которые подрывают конструктивное взаимодействие. Анонимность в сети зачастую приводит к снижению уровня ответственности за сказанное. Это делает необходимым развитие механизмов саморегуляции и просвещения в сфере цифрового общения.

Еще одной проблемой является разрыв поколений в понимании норм цифрового этикета. Молодежь и пожилые люди воспринимают сетевую коммуникацию по-разному, что может вызывать непонимание и конфликты. Преодоление этих различий требует активного диалога и формирования универсальных правил общения в цифровой среде.

Перспективы развития цифрового этикета

Будущее цифрового этикета связано с развитием технологий и появлением новых форм коммуникации. Важную роль играет внедрение искусственного интеллекта, который уже сейчас способен корректировать тон сообщений и предлагать наиболее вежливые формулировки. Цифровой этикет становится не только нормой поведения, но и инструментом формирования позитивной коммуникации.

Образовательные программы и повышение цифровой грамотности также становятся ключевыми факторами в развитии этичного онлайн-взаимодействия. Введение курсов по цифровому этикету в учебные заведения и корпоративную среду способствует формированию ответственного отношения к общению в Интернете.

Таким образом, цифровой этикет является динамичным явлением, отражающим изменения в обществе и языке. Его развитие требует баланса между технологическими новшествами и сохранением традиционных норм вежливости, обеспечивая гармоничное взаимодействие в цифровом пространстве.

ЛИТЕРАТУРА

1. Формановская Н.И. Речевой этикет и культура общения / Н. И. Формановская. — М.: Высш. шк., 1989. — 156 с.
2. Формановская Н.И. Употребление русского речевого этикета / Н. И. Формановская. — 2-е изд. — М.: Рус. яз., 1984. — 193 с.

УДК 81'373

В. И. Тохтарова

*Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»
(Научн. рук. — канд. филол. наук, доц. А.Н. Стебунова)*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭРГОНИМОВ В ФОРМИРОВАНИИ УНИКАЛЬНОГО ТОРГОВОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Ключевые слова: *нейминг, эргонимы, семантика, прагматика, лингвистика, торговая марка.*

В условиях насыщенного рынка и высокой конкуренции в социальных сетях выделение бренда и привлечение внимания целевой аудитории становятся

первостепенными задачами. Эффективное уникальное торговое предложение (УТП) является ключом к успеху.

Результаты исследования применимы для оптимизации бренд-стратегий, повышения эффективности рекламных кампаний и увеличения прибыли. Материалы исследования также могут быть использованы для разработки образовательных программ в сфере бренд-менеджмента и маркетинговых коммуникаций.

Термин «эргоним» был закреплён Н.В. Подольской в «Словаре русской ономастической терминологии». В соответствии с ним эргоним — это «собственное имя делового объединения людей, в том числе союза, организации, учреждения, корпорации, предприятия, общества, заведения, кружка» [3, с. 167]. Однако, эргонимы и товарные знаки тесно связаны в ономастике, поскольку выполняют схожие функции идентификации. В ономастической литературе указывается на общность эргонимов и товарных знаков, то есть они рассматриваются как дублиеты. Товарный знак — словесное (или иное) обозначение марки товара или вида бытовых услуг данного мастера или предприятия, охраняемое законом.

Ономастический статус эргонимов, рассматриваемых как имена собственные деловых объединений, согласно определению Н.В. Подольской, непосредственно связан с понятием бренда в рекламной деятельности. [3, с. 151] Эргонимы, выполняя номинативную функцию и выделяя конкретный объект из ряда однородных (например, «*Рябинушка*» — магазин, «*Дубрава*» — кафе), служат основой для формирования бренда. Коннотативный характер эргонимов, их способность вызывать ассоциации, а не просто обозначать, составляет важнейший компонент брендинга, направленного на создание уникального образа в восприятии потребителя (например, «*На посошок*» — бар).

Определение бренда как совокупности наименований, знаков и дизайнерских решений, направленных на идентификацию продукции и дифференциацию от конкурентов, напрямую связано с фонетическим уровнем организации эргонима. Именно эргоним, как ключевой элемент бренда, первым воспринимается потребителем, формируя первичное впечатление. [1, с. 9]

Фонетические характеристики эргонима, такие как благозвучие, достигаемое за счет использования гармоничных сочетаний звуков, способствует легкости произношения и запоминаемости названия, что положительно влияет на узнаваемость бренда. Ритмическая организация эргонима, основанная на чередовании ударных и безударных слогов, также способствует его запоминаемости и может создавать определенный динамический образ. Например, в названии «*TikTok*» краткость, ритмичность и сочетание звонких согласных создают ощущение современности, динамики и технологичности. С помощью использования звукоподражательных слов можно создавать яркие и запоминающиеся образы. Например, название чипсов «*Crunch*» имитирует звук хруста, что вызывает аппетит и ассоциируется с удовольствием от употребления продукта. Название спортивного бренда «*Reebok*» использует аллитерацию, что придает ему динамичность и энергичность. Повторение гласных звуков создает мелодичность и может вызывать определенные эмоции. Например, в названии шоколада «*Milka*» повторение гласного "и" создает ощущение нежности и мягкости.

Таким образом, фонетическая организация эргонима является важнейшим инструментом в комплексном процессе построения бренда, определяя его успешность в конкурентной среде.

Семантический анализ эргонимов представляет собой важный инструмент для понимания механизмов формирования образа бренда и его восприятия целевой аудиторией. Смысловое наполнение эргонима, являясь основой коммуникации между брендом и потребителем, детерминирует возникающий ассоциативный ряд и, как следствие, эффективность коммуникативного воздействия. Дифференциация эргонимов

по степени семантической прозрачности позволяет выделить два основных типа, каждый из которых характеризуется специфическими особенностями и преимуществами в контексте брендинга [2, с. 56].

Первый тип — *эргонимы с прозрачной семантикой*. Они характеризуются прямой связью между названием и сферой деятельности компании, либо характеристиками продукта/услуги. Такая прозрачность способствует быстрой идентификации бренда потребителем и облегчает понимание его позиционирования на рынке. В качестве примера можно привести эргоним «*Азбука Вкуса*», где семантическая составляющая «вкус» прямо указывает на принадлежность к продуктовой сфере (икры), а «азбука» подчеркивает широту и разнообразие ассортимента: красная лососевая с Камчатки и из Карелии и осетровая из Астрахани. Аналогично эргоним «*Стройландия*» однозначно ассоциируется со строительной отраслью. Другие примеры — «*Мегафон*» (связь), «*Детский мир*» (товары для детей), «*Лаборатория Касперского*» (кибербезопасность) — демонстрируют высокую степень денотативности, минимизируя потребность в дополнительных маркетинговых усилиях для разъяснения сути бренда.

Второй тип — *эргонимы с непрозрачной семантикой*. В отличие от первого типа, эти названия не имеют прямой, очевидной связи с предлагаемыми товарами или услугами. Это обстоятельство увеличивает необходимость в маркетинговых инвестициях, направленных на формирование целевых ассоциаций у потребителя. Однако непрозрачность семантики предоставляет значительную свободу в конструировании уникального образа бренда и адаптации к изменяющимся рыночным условиям. Например, эргоним «*Apple*», изначально не связанный с компьютерной техникой. Успех бренда «Apple» во многом обусловлен эффективной маркетинговой стратегией, создавшей устойчивые ассоциации с инновационностью, высоким качеством и оригинальным дизайном. Аналогично эргоним «*Google*», не отражая напрямую функционал поисковой системы, благодаря широкому распространению и высокой узнаваемости, фактически стал синонимом поиска информации в интернете.

Проведённое исследование, направленное на анализ роли эргонимов в формировании уникального торгового предложения (УТП) в условиях высококонкурентной среды социальных сетей, позволило достичь поставленных целей и задач. В рамках работы были комплексно проанализированы фонетические и семантические характеристики эргонимов, а также их взаимосвязь со стратегией позиционирования бренда и формированием устойчивых ассоциаций у потребителей.

В частности, анализ фонетических характеристик показал, что благозвучные, легко произносимые и запоминающиеся эргонимы, обладающие чёткой звуковой структурой и ассоциирующиеся с положительными эмоциями, оказывают существенное влияние на восприятие бренда и повышают его узнаваемость.

Анализ семантических характеристик показал, что эргонимы, отражающие суть предлагаемого продукта или услуги, подчёркивающие их уникальные свойства или ассоциирующиеся с определёнными категориями потребителей, способствуют формированию чёткого и понятного образа бренда, а также укреплению его позиций на рынке.

Результаты исследования применимы для оптимизации бренд-стратегий, повышения эффективности рекламных кампаний и увеличения прибыли. Материалы исследования также могут быть использованы для разработки образовательных программ в сфере бренд-менеджмента и маркетинговых коммуникаций.

ЛИТЕРАТУРА

1. Каленская Н. В., Антонченко Н. Г. Брендинг / Н. В. Каленская, Н. Г. Антонченко. — Казань: «Абзац», 2019. — 125 с.

2. Новичихина М. Е. Три аспекта проблемы названий. Ономастика Поволжья: Материалы II Поволжской конф. по ономастике / М.Е. Новичихина. — М., 1971. — 56с.
3. Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии. 2-е изд.- М., 1988. — 200с.

УДК 811.161.1

В. А. Яковлева

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Волгоградский государственный
социально-педагогический университет»
(Научн. рук. — канд. филол. наук Е. В. Кузнецова)

ЯВЛЕНИЕ «УДЛИНЕНИЯ» ЭМОЦИОНАЛЬНЫХ МЕЖДОМЕТИЙ В РУССКИХ ДИАЛЕКТАХ

Ключевые слова: диалектизм, интонация, междометие, экспрессивность, эмоциональность.

Изменение окружающего мира, различные события вызывают у человека реакцию, при этом данная реакция подлежит вербальному или невербальному выражению в силу социального характера природы человека. Наиболее привычный для большинства людей способ — вербальный. Для этого используются междометия: «часть речи, образованная неизменяемыми словами, которые служат для выражения различных чувств, эмоциональных оценок, реакций» [2, с.199].

Объединяя классификации, основанные на структурном и семантическом подходах, можно сказать, что материалом данного исследования стали диалектные первообразные междометия (типа *ох*, *ай* и т. д.), обслуживающие сферу эмоций и эмоциональных оценок. Такие междометия должны быть краткими, т.к. являются быстрой реакцией на события.

В общерусской разговорной речи, как и в диалектах, встречаются лексемы, противоречащие данной логике, например: *ой-ёй-ёй*, *ай-яй-яй* и т.п. Разрешение данного противоречия является целью исследования, достижение которой будет осуществляться посредством решения следующих задач:

- 1) разделение отобранного лексического материала на группы относительно морфемного состава;
- 2) рассмотрение влияния морфемного состава на лексическое значение лексем.

Материал для проведения исследования был отобран по диалектным словарям говоров России.

В первую группу диалектной лексики были отобраны редуцированные междометия: в дальневосточных говорах бытует редуцированное эмоциональное междометие *авáва* ‘ай-ай’; в среднерусских — *а-ля-ля* и *у-тю-тю* ‘удивление’/‘восторг’/‘неодобрение’ (при наличии в говоре *тю* и *ту* с тем же значением), *áттата* ‘ахти’ (при наличии в говоре межд. *áта* ‘неужели’); в южнорусских — *хвú-хвú* ‘досада’/‘презрение’/‘отвращение’ (общерус. — *фу-фу*); в севернорусских — *аú-аú* ‘испуг’/‘удивление’, *рóх-рóх* ‘одобрение’, *úху-хú* ‘удивление (большому количеству)’/‘скорбь’, *ую-юú* ‘удивление (большому количеству)’.

Редуцированные междометия образованы при помощи повтора производящей основы, поэтому часто имеют несколько ударений (на каждой из повторяющихся частей), однако так происходит не всегда.

Лексема *у́ху-ху́* отличается от рассмотренных выше: ударение смещено с производящей основы *-ху-* на первый гласный звук [у]. Предположительно, это произошло из-за того, что изначально в слове производящая основа повторялась трижды, но более удобопроизносимым вариантом оказался тот, в котором слово начиналось с гласной. Причиной этому могла стать связь фонетического образа слова с его лексическим значением: удивление (большому количеству); скорбь. В обоих случаях междометие *у́ху-ху́* озвучивает выдох. Гласные для этого являются более удобным инструментом, т.к. для воздуха в ротовой полости нет шумообразующих преград.

В междометии *а́ттата* помимо редупликации части основы происходит удвоение звука [т]. Это также можно объяснить увеличением экспрессивности междометия.

Вторая группа отобранной лексики: слова, образованные при помощи суффиксального способа (*а́йлюшенька* 'горе', *а́ханьки*, *а́ички* 'удивление', *а́йинька*, *а́йичка* 'удивление'/'горе' (при наличии в говорах соседней области межд. *а́йй* 'удивление'/'укоризна' и т.п.) *ёченьки* 'изумление, испуг, огорчение и т.п.', *охохо́ни*, *охохо́юшки* 'сокрушение', *о́шеньки* 'ох', *у́хоньки* 'удивление', *э́хоньки* 'сожаление, лёгкое неудовольствие').

При суффиксальном словообразовании среди междометий часто используются суффиксы *-оньк-* и *-еньк-* с общим для них значением 'формообразовательная единица, образующая 1) имена существительные мужского, женского и общего рода с ласкательным значением (березонька, дяденька, доченька, лисонька, подруженька, Сереженька и т.п.)' [1]. Так, в значении лексем *авохтиньки*, *аиньки*, *айинька*, *аханьки*, *ухоньки*, *эхоньки*, *ахтеньки*, *ёченьки*, *ошеньки* характер эмоции смягчается в связи с использованием суффиксов, значение которых содержит сему 'ласкательный'. В лексеме *а́йичка* также использован уменьшительно-ласкательный суффикс *-ечк-* со значением.

Междометия, содержащие суффиксы, могут быть образованы при помощи усечения: *охохо́ни*, *охохо́юшки*. В общерусском языке бытует междометие *охохо́нюшки* [3], содержащее суффиксы *-н-* и *-юшк-* со значением 'имена существительные женского рода, в том числе и мотивированные словами мужского рода с уменьшительно-ласкательным или с уменьшительно-уничижительным значением' [1] и имеющее в связи с этим сему 'смягчение'. В говорах общерусское *охохо́нюшки* преобразовалось в *охохо́ни* и *охохо́юшки*, сохранив при этом составляющую значения 'смягчение' в обоих случаях.

Выводы по данному исследованию:

1) основными приёмами образования диалектных междометий являются редупликация и суффиксальный способ словообразования;

2) при редупликации экспрессивность междометий усиливается, тогда как при добавлении суффикса изменяется эмоциональная оценочность слова.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ефремова Т.Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный: Св. 136000 словар. ст., ок. 250000 семант. единиц: [В 2 т.] / Т. Ф. Ефремова. — Текст: электронный // Slovar.cc: [сайт]. — 2000. — URL: <https://slovar.cc/rus/efremova.html>
2. Матвеева Т.В. Полный словарь лингвистических терминов / Т. В. Матвеева. — Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. — 562 с.
3. Словарь современного русского литературного языка: В 17 т. / Гл. ред.: В. И. Чернышев, С.П. Обнорский, В. В. Виноградов и др. — М., Л: Изд-во АН СССР, 1948 — 1965.

Е. Н. Авдийчук

*Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Луганский государственный педагогический университет»
(Научн. рук. — канд. филол. наук Ж. В. Марфина)*

САКРАЛЬНАЯ ЛЕКСИКА В СОВРЕМЕННОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА

Ключевые слова: *сакральная лексика, язык, религия, религиозно-культурные элементы, функционально-стилистический анализ.*

Особое внимание в исследовании роли сакральной лексики уделяется ее значимости в истории духовной жизни народа. Язык и религия, как ключевые знаковые системы, одновременно отражают внешнюю реальность и внутренний мир человека, а также выполняют функцию объединения в социальной среде.

Для более глубокого понимания феномена сакральной лексики необходимо предварительно обратиться к понятию сакрального языка. Так, в работах А. В. Рачинского и А. Е. Федорова подчеркивается, что сакральный язык представляет собой средство духовного общения с Богом. Исследователи отмечают, что формирование сакральной лексики церковнославянского языка началось еще до миссионерской деятельности Кирилла и Мефодия, вобрав в себя ключевые понятия, связанные с духовностью: «Бог», «грех», «святость», «истина», «причастие», «преображение» и другие, которые существовали в дохристианской традиции и органично перешли в церковное употребление. Так, выражения вроде «Святые Дары», «Дух Святой», «Слава Богу», упомянутые Рачинским и Федоровым, иллюстрируют неразрывную связь церковнославянской языковой традиции с древними формами знаковой культуры [2, с. 188–189].

Языковые единицы сакральной природы охватывают обширный пласт лексики, которая, благодаря особыми семантическим свойствам, связывается с религией и мифологией. При этом, как показывают экстралингвистические факторы, сакральными для человека могут быть не только церковные реалии, но и обычные объекты или явления, обретшие символическое значение.

Формирование сакрального значения языковых единиц осуществляется за счет интеграции в их основную семантику дополнительных религиозно-культурных элементов, что обеспечивает появление сложного и многослойного содержания. Таким образом, сакральная лексика является не только проводником религиозных смыслов, но и носителем ключевых характеристик духовного и культурного опыта, присущего конкретному языковому сообществу.

Вопрос разграничения церковной и религиозной лексики продолжает оставаться важной исследовательской темой, связанной с их семантическим содержанием и функциональными различиями.

В целом, сакральная лексика, как подчеркивают многочисленные исследователи, представляет собой особый пласт лексического фонда языка, который отражает духовную жизнь человека, его религиозные представления и внутренние убеждения о вере. Ее структура организуется вокруг ключевых тематических центров, таких как «церковь», «религия», «религиозные обряды», что формирует ее внутреннюю логику. Вместе с тем, существующее многообразие классификаций сакральной лексики, предложенных различными авторами, объясняется спецификой тех подходов, которые направлены на выявление ее сущности и значения. Это подчеркивает сложность и многогранность

сакральной лексики, анализ которой предполагает междисциплинарный подход и учет культурно-исторического контекста ее функционирования.

Среди сакральных языковых единиц особо выделяется группа, классифицируемая как религионимы. Этот термин, как отмечают Ю. Н. Михайлова и Р. И. Горюшина, включает слова и устойчивые выражения, применяющиеся в религиозных текстах и служащие для обозначения конфессиональных понятий. Исследователи подчеркивают, что религионимы обладают специфической терминологической природой, так как они отражают основные характеристики религиозного мировоззрения и связаны с практиками духовной и ритуальной жизни различных конфессий. Таким образом, религионимы играют важную роль в языковом отображении сакральной сферы.

Более широкий взгляд на понятие религиозной лексики приводит О.А. Добычина, которая подчеркивает ее универсальную и полифункциональную природу. Ученый отмечает, что религиозная лексика охватывает широкий спектр культурно-конфессиональных реалий, создавая основу для их межкультурного анализа. О. А. Добычина делает вывод, что церковная лексика является частью религиозной лексики, однако ее использование ограничено кругом понятий, укорененных в христианской традиции, что делает ее значительно более узкой языковой категорией. Религиозная лексика, напротив, представляет собой более широкий феномен, способный объединять концепты и термины, связанные с различными религиозными системами и мировоззрениями [1, с. 32].

Совокупность сакральной лексики продолжает оставаться недостаточно систематизированной категорией, чему препятствуют сложность и неоднозначность критериев ее классификационного анализа. Однако подход, основанный на семантико-тематическом критерии, представляется наиболее перспективным. Например, в трудах О.А. Добычиной данный подход используется для системного изучения религиозных терминов, что позволяет выявить внутренние связи между элементами религиозной и церковной лексики, формируя методологически обоснованные подходы к их классификации [1, с. 32].

ЛИТЕРАТУРА

1. Добычина О.А. Сакральная семантика языковых единиц в современном социокультурном аспекте: дис. ... кандидата филол. наук: 10.02.01 / Добычина Ольга Александровна. — Екатеринбург, 2017. — 116 с.
2. Рачинский А.В., Фёдоров А.Е. Русская дохристианская сакральная лексика / А.В. Рачинский // Эко-потенциал – Екатеринбург – 2018 – №4 (24). – С. 186-205.

УДК 81-2

А. Е. Гилязова

*Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Казанский (Приволжский) федеральный университет»
(Научн. рук. — д-р. филол. наук Э. В. Гафиятова)*

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ ДИСКУРС ПРАВА (ЮРИДИЧЕСКИЙ ДИСКУРС) КАК ПРОСТРАНСТВО РЕАЛИЗАЦИИ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ ЮРИСТА

Ключевые слова: языковая личность, профессиональный дискурс, юридическая коммуникация, лингвистика, правовая информация, законотворчество, правовой акт.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что концептуальные изменения в лингвистической парадигме за последние десятилетия, а также прогресс таких

направлений, как когнитивная, корпусная и функционально-семантическая лингвистика, позволили исследователям более комплексно подходить к изучению языка и дискурса языковой личности, как индивидуальной, так и коллективной. В последние десятилетия наблюдается растущий интерес к особенностям коммуникации в различных сферах профессиональной деятельности, что стимулирует активные исследования профессиональной языковой личности (ПЯЛ) как субъекта специфических видов институционального дискурса. Результаты этих исследований могут значительно улучшить и гармонизировать коммуникационное взаимодействие в профессиональной среде. Именно поэтому выбранная тема исследования имеет теоретический характер, который предполагает анализ, обобщение и систематизацию существующих научных и теоретических источников.

В рамках данного исследования профессиональная языковая личность юриста рассматривается как абстрактное языковое понятие, представляющее обобщенный портрет специалиста, занятого в юриспруденции. Этот портрет формируется на основе типичных языковых практик и может проявляться в многочисленных вариантах — через конкретных работников данной профессиональной сферы. Типологизация профессиональной языковой личности осуществляется через анализ не только языковых средств, но и текстов, относящихся к профессиональному и институциональному дискурсам, которые отражают основные ценности и стереотипы, характерные для юристов. Таким образом, языковая личность юриста воплощает диалектическое единство общего и индивидуального. С одной стороны, она является частью более широкой языковой личности нации или этнической группы. С другой стороны, эта профессиональная языковая личность выступает как инвариант, выражаемый в текстах, созданных отдельными личностями, занятыми в этой профессиональной деятельности. Само понятие профессиональной языковой личности не имеет четких границ и может быть представлено бесчисленным множеством носителей, поскольку не существует фиксированного числа говорящих, представляющих эту профессию.

В своей работе «Методика проведения лингвистического эксперимента: к вопросу об определении словаря языковой личности» М. И. Солнышкина и Э. В. Гафиятова рассматривают современные подходы к изучению языковой личности, уделяя особое внимание методам оценки словарного запаса респондентов. Они рассматривают как отечественные, так и зарубежные методики, направленные на определение активного и пассивного словаря индивидов. Основная цель их исследования — продемонстрировать, как можно оценивать объем лексики носителя языка, применяя разные научные подходы и экспериментальные методики. Важно отметить, что они делают акцент на пассивном и активном словаре, и оба аспекта представляются ключевыми в понимании языковой компетенции носителя [1, с.275].

А. А. Хустенко вводит понятие параюридического дискурса, который возникает на стыке официального и неофициального общения юристов. Он указывает на то, что профессиональная коммуникация юристов может принимать разные формы в зависимости от контекста: если официальное общение строго регламентировано, то в неофициальных формах, таких как обсуждения в социальных сетях или кулуарные разговоры, юристы могут позволить себе больше свободы в выражении мнений и обсуждении правовых вопросов. Параюридический дискурс позволяет юристам обмениваться идеями, обсуждать спорные моменты и делиться опытом в неформальной обстановке, что способствует развитию профессионального сообщества [2, с.473].

Коммуникация в юридическом дискурсе строго регламентирована, и участники общения (такие как юрисконсульт, клиент, судья и адвокат) придерживаются заранее установленных ролей. Успех речевого мастерства юриста определяется его

способностью решать разнообразные коммуникативные задачи, такие как информирование, разъяснение, аргументация и разрешение конфликтов. В отличие от повседневных споров, юридическая коммуникация требует исключения тактик, направленных на унижение или оскорбление.

Для достижения успешного результата юристам следует быть хорошо подготовленными, что включает в себя тщательную подготовку к речевым событиям, анализ психологии и речевых особенностей своих оппонентов, а также владение ораторским искусством. Важно вводить в учебные планы дисциплины, такие как «Риторика», «Юридическая риторика», чтобы повысить уровень подготовки будущих юристов.

Эффективность коммуникации в юридическом дискурсе также зависит от применения разнообразных стратегий и тактик. Наиболее распространённые стратегии среди юристов включают разъяснение, аргументацию, сотрудничество и манипулирование. Эти стратегии могут реализовываться через различные коммуникативные тактики, такие как самопрезентация, градация доказательств и предоставление выбора. Каждая из тактик и стратегий направлена на достижение конкретной цели в процессе общения и эффективное решение поставленных задач.

Успешное формирование ПЯЛ юриста зависит от целого ряда факторов, включая высокую юридическую компетенцию и развитую лингвориторическую способность, что в свою очередь требует внедрения соответствующих дисциплин в образовательные программы юридических факультетов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Солнышкина М. И. Методика проведения лингвистического эксперимента: к вопросу об определении словаря языковой личности / М. И. Солнышкина, Э. В. Гафиятова // Современные исследования социальных проблем. — 2018. — Т. 10, № 3-3. — С. 275-292.
2. Хустенко А. А. Неофициальные формы профессиональной коммуникации в аспекте лингвокогнитивного моделирования: на материале интернет-мемов профессиональных сообществ юристов: диссертация ... кандидата филологических наук: 5.9.5. / Хустенко Анастасия Анатольевна; [Место защиты: ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»; Диссовет Д 212.088.ХХ (24.2.315.08)]. — Томск, 2023. — 213 с.

УДК 81'42

С.А. Самойлова © 2024

*Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Государственный институт русского языка имени А. С. Пушкина»
(Научн. рук. — канд. филол. наук О. И. Северская)*

ДИСКУРС КАТАСТРОФЫ: ПОЛИТИЧЕСКАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ТРАГИЧЕСКИХ СОБЫТИЙ В СМИ

Ключевые слова: *дискурс катастрофы, критический дискурс-анализ, теория фрейминга, медиатекст, политическая интерпретация текста.*

Катастрофы, как природные, так и техногенные, играют значительную роль в формировании общественного мнения и политических процессов. Освещение таких событий в СМИ не только информирует общественность, но и формирует нарративы, которые могут оказывать значительное влияние на политические процессы и

общественное восприятие. Цель исследования — выявить ключевые механизмы формирования дискурса катастрофы и его политической интерпретации на примере новостей о разливе нефти в Керченском проливе, произошедшего 15 декабря 2024 года. Для анализа использованы тексты из пяти источников: «Российская газета» (RG), «ТАСС» (TASS), «Свободная пресса» (SP), «RTVI» и «Известия» (IZ). Эти издания представляют различные точки зрения, что позволяет провести сравнительный анализ и выявить различия в освещении катастрофы.

Для анализа дискурса катастрофы использованы методы критического дискурс-анализа (КДА) Фэркло [1, с.115-125] и теория фрейминга [2, с.85-90]. Критический дискурс-анализ позволяет исследовать три измерения текста: сам текст, дискурсивную практику и социальную практику, что важно, так как медиатексты предназначены для широкой аудитории и могут сильно влиять на общественное мнение. Теория фрейминга помогает выявить, как СМИ используют фреймы для продвижения определенных интерпретаций и влияют на общественное восприятие событий. Выявление и анализ фреймов позволяют увидеть скрытые идеологические послы и политические интересы, которые могут быть скрыты за новостными сообщениями.

Анализ текстов по КДА показал, что на лексическом уровне все источники используют нейтральные термины, связанные с катастрофой: *крушение, разлив нефтепродуктов, спасательная операция*, в SP и IZ встречается эмоционально окрашенная лексика: *фатальным, разломило пополам, тревожный прогноз, безответственные бизнесмены*. Это подчеркивает критический настрой этих изданий. В то время как официальные источники (RG, TASS) акцентируют внимание на действиях властей, независимые издания (SP, IZ, RTVI) чаще используют лексику, связанную с ответственностью за катастрофу: *нарушение правил безопасности, возбуждены уголовные дела, уголовное преследование*.

На грамматическом уровне все источники часто используют пассивные конструкции (RG: *был создан оперативный штаб*, TASS: *отправлены буксиры*, SP: *танкер разломило*, RTVI: *акватория обработана*, IZ: *работы проводятся*). Это позволяет сместить фокус с действующих лиц на события. В большинстве изданий активный залог используется также для описания действий по ликвидации последствий катастрофы (SP: *вышел спасательный буксир*, RTVI: *специалисты приступили к зачистке*), однако в IZ он используется для подчеркивания бездействия владельцев танкеров: *владельцы не принимают участия*. Это создает контраст между действиями государства и бездействием бизнеса.

Все тексты написаны в публицистическом стиле, но некоторые стилистические различия заметны. Официальные источники (RG, TASS) придерживаются строгой, информативной подачи, избегая эмоциональной окраски. В то время как SP, RTVI и IZ используют эмоционально окрашенные выражения и цитаты, что делает их тексты более субъективными и критичными. IZ сочетает жанр новости с исследованием.

На уровне фрейминга во всех текстах прослеживается фрейм "реагирование на чрезвычайную ситуацию". Он используется для описания действий властей: *организована спасательная операция, принимаются меры по ликвидации* (RG, TASS). Однако в IZ этот фрейм дополняется действиями волонтеров по ликвидации последствий и критикой бездействия владельцев танкеров. Фрейм "Неблагоприятные обстоятельства" (шторм как причина катастрофы) присутствует в RG, TASS и SP, что позволяет минимизировать ответственность человека. В IZ этот фрейм заменяется на фрейм "Системные проблемы и коррупция", так как журналисты выделяют главную причину крушения в безответственности владельцев танкеров. Фрейм "Ответственность и причины" отсутствует в официальных источниках (RG, TASS), но активно используется в IZ и SP, где подчеркиваются системные проблемы и вина

владельцев танкеров. RTVI использует фрейм “экономические последствия”, подчеркивая масштаб ущерба. Также только это издание использует фрейм “недовольство и протесты местных жителей”, создавая более многогранный нарратив, который привлекает внимание к социальной напряженности и необходимости более открытого диалога между властью, бизнесом и местными сообществами.

Официальные СМИ (RG, TASS) позиционируют государство как главного актора, контролирующего ситуацию, и формируют у аудитории образ компетентного государства, снижая уровень тревоги: *МЧС занялось ликвидацией, создан оперативный штаб*. RTVI передает реакцию местных жителей, показывая разрыв между риторикой и реальностью. Оппозиционные издания (SP, IZ) критикуют власть за недостаточную прозрачность.

Анализ дискурса катастрофы в СМИ показал, что официальные источники формируют нарратив, в котором государство представлено как главный актер, эффективно справляющийся с последствиями катастрофы. Оппозиционные и независимые издания, напротив, акцентируют внимание на бездействии владельцев танкеров и системных проблемах, что может усилить критическое отношение к власти. Использование различных фреймов позволяет СМИ формировать общественное мнение и влиять на политические процессы. Понимание этих механизмов важно для критического осмысления медийного дискурса и противодействия манипуляциям.

ЛИТЕРАТУРА

1. Йоргенсен М.В. Дискурс-анализ. Теория и метод: пер. с англ. / Йоргенсен М.В., Филипс Л.Дж. — 2-е изд., испр. — Харьков: Изд-во "Гуманитарный центр", 2008. — 352 с.
2. Казаков А. А. Фрейминг медиа-текстов как инструмент воздействия на аудиторию: обзор распространенных трактовок // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Социология. Политология. 2014. — №4. — С. 85-90 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/freyming-media-tekstov-kak-instrument-vozdeystviya-na-auditoriyu-obzor-rasprostranennyh-traktovok> (дата обращения: 27.01.2025)

УДК 811.161.6

А. А. Соколовская
*Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»
(Научн. рук. — д. филол. наук, проф. В. М. Шаклеин)*

ДЕСТРУКТИВНЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИДЕАЛ В РУССКОМ ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ XIX – НАЧАЛА XX ВВ.

Ключевые слова: русский язык, деструктивный социальный идеал, языковая личность, языковое сознание, текст.

В процессе общественного развития особое значение имеет социальный идеал как «предельная цель, задающая в сочленении познавательного, этического и эстетического начала образ будущей человеческой деятельности» [3, с.21]. Как известно, социальный идеал бывает двух типов: созидательный (позитивный) и деструктивный (негативный). Настоящее исследование сосредоточено на последнем как на особом для русского национального самосознания типе идеала, отразившемся в русском языковом сознании рассматриваемого периода. Здесь понятие языкового сознания вслед за А.А. Яковлевым нами рассматривается как психолингвистический феномен, демонстрирующий

взаимосвязь функционирования языка, значений слов с достижениями человеческого сообщества [5, с.162].

Изучение феномена деструктивного идеала в русской лингвокультуре актуально, так как сам процесс его формирования в русском языковом сознании все еще недостаточно исследован. К тому же он непосредственно влияет на становление системы ценностей в современном обществе.

В философском смысле деструктивность понимается как «разрушение или уничтожение чего-либо» [4, с.379]. Исследователи определяют ее либо врожденной, либо социально обусловленной. Вторая, на наш взгляд, больше связана с формированием ценностных, поведенческих ориентиров личности.

Социальная обусловленность связана с понятием «социальная деструктивность», разработанным философами Франкфуртской школы и определяющим атрибутивный характер деструктивности относительно общественного развития.

На основании анализируемых научных определений деструктивный социальный идеал можно трактовать как модель совершенного общественного устройства, основанную на разрушении устоявшихся порядков, традиций и достигаемую путем радикального обновления общественной системы ценностей.

Деструктивный тип социального идеала в русском общественном самосознании проявлялся неоднократно. В XIX в. произошел перелом, развернувший общественные этические установки в сторону радикального преобразования, разрушения традиционного общественно-политического устройства. Произошло «искажение» социального идеала, его деформация. Исследование причин этого явления, особенностей его влияния на эволюцию русского языкового сознания представляет несомненный интерес. Материалом для его изучения могут послужить тексты произведений русской литературы XIX в.

Так, в XIX в. в России идеологически важное значение приобрела литература, включающая в себя не только печатные издания (в основном журналы), но и особую культуру так называемых кружков — собраний изначально по литературным интересам.

На фоне политических, военных событий в России и за рубежом в русской литературе XIX в. сформировался новый общественный идеал — поэта-борца, воспевающего гражданскую свободу, которую необходимо достичь любой ценой. В общественное сознание внедрялись мысли о необходимости радикальных перемен. Путь борьбы, разрушения начал восприниматься единственно верным. Традиционные ценности претерпевали изменение.

Следующим этапом в формировании деструктивного социального идеала в русском языковом сознании стала деятельность революционеров-демократов с программным ядром в журнале «Современник», в котором «отчетливо пропагандировались революционно-демократические идеи, глубже раскрывались социалистические идеалы, последовательно давалась критика крепостничества, самодержавия, засилья церкви» [2, с.122]. Общественное мнение формировалось под влиянием новых «сильных фигур» — В.Г. Белинского, Н.А. Добролюбова, Н.Г. Чернышевского, целью которых было пробуждение народной силы в ответ на доминирование самодержавной и церковной властей.

Новые общественные условия породили новых типичных представителей передовой молодежи — разночинцев Е. Базарова, Р. Раскольникова, стремящихся «расчистить место», в том числе и от «лишних» людей: апробировать теорию о «твари дрожащей». Важным был факт проверки своей теории, а не судьба Отечества. Социальный идеал уходил все дальше от традиционных гуманистических ценностей, признаваемых для современного общества бесполезными.

Самым радикальным общественным движением XIX в. стало революционное народничество (общества «Земля и воля», «Народная воля»). Оплотом революционной мысли — нелегальная публицистическая литература пропагандистского характера, издаваемая уже не только и не столько для образованной интеллигенции, сколько для простых рабочих. Вдохновителями движения были А. И. Герцен, Н. Г. Чернышевский, М. А. Бакунин. Деструктивизм постепенно трансформировался в идеологию. Идеалом новых революционеров стал отчаянный «патриот», готовый отдать жизнь за смерть царя, не гнушающийся никакими способами борьбы с самодержавием. «Террор из средства самозащиты стал превращаться в средство нападения, и то, что должно было быть всего лишь частью дела, непомерно выросло и стремится превратиться в главное, основное» [1, с.123].

Апогей революционного движения XIX в. отразился в деятельности первой политической революционной партии эсеров, возродивших поэзию как один из эффективных способов воздействия на общественные умы. Популярность набирали революционные песни, сосредоточенные на одной-единственной идее: необходимо расправиться с существующим режимом, отомстить всем его приспешникам любой ценой. Революция захватила все социальные страты, стала массовым явлением, новым народным идеалом.

Фатальное для человеческого мировоззрения положение, таким образом, сложилось под воздействием двух факторов. Первый заключался в том, что большинство теоретиков, разрабатывавших программы революционных сообществ XIX в., имело ложное представление о благе через насилие. Второй фактор складывался из того, что политические трактаты писались людьми образованными, разбирающимися в политике, истории, праве, тогда как эти идеи претворялись в жизнь людьми не всегда понимающими, что и для чего они делают и к чему это приведет. Проблема состояла не в том, что народ желал равенства и справедливости, но в том, что передовые революционные идеи зачастую были лишены здравого смысла, способы достижения поставленных целей — доведены до крайности. Простой человек убедился, что неревolutionного пути не существует, система его нравственных ценностей строилась на искаженных представлениях о счастье и благополучии.

Таким образом, внешне «спокойный» XIX в. (по сравнению с «кровавым» XX в.) ознаменовался подготовкой важнейших перемен в судьбе России. Десятилетиями назревал коренной слом в народном мировоззрении. В языковом сознании появились ложные представления о крестьянской утопии, построенной на кровавых «обломках самовластья». Сформировался деструктивный тип социального идеала, который и сегодня продолжает оказывать влияние на языковое сознание русского народа.

ЛИТЕРАТУРА

1. Куликов Б. П. 95. 02. 017. Русские писатели и народолюбческое движение // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 7, Литературоведение: Реферативный журнал. 1995. №2. — С. 121-136.
2. Растимешина Т. В., Пирогов А. И. Идеологи революционного демократизма в России (В. Г. Белинский, Н. Г. Чернышевский, Н. А. Добролюбов) // ЭСГИ. 2020. №4 (28). — С. 119-131.
3. Трубников Н. Н. О категориях «цель», «средство», «результат». — М.: Высшая школа, 1968. — 148 с.
4. Философия: Энциклопедический словарь / Под ред. А.А. Ивина. М.: Гардарики, 2004. — 1072 с.
5. Яковлев А. А. Языковое сознание — часть индивидуального сознания или часть теории? // Вопросы психолингвистики. 2019. №2 (40) — С. 157-171.

А. Р. Кулакова

Федеральное государственное бюджетное учреждение науки
Институт лингвистических исследований Российской академии наук
(Научн. рук. — канд. филол. наук Д. В. Салмина)

КОНЦЕПТ *БОЛЕЗНЬ* В РУССКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА: ДИНАМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Ключевые слова: концепт, языковая картина мира (ЯКМ), лексикография, толковые словари, словари новых слов, неологизмы, фразеология.

Концепт *болезнь* в русской ЯКМ — сложное явление, объединяющее физиологические и метафорические аспекты. Его исследование показывает, как язык отражает изменения в обществе и культуре, а также влияние социальных потрясений на восприятие этого концепта. Ядро концепта остаётся неизменным, однако его структура и ассоциативно-семантическое поле [1, с.1] эволюционируют, что особенно заметно в периоды глобальных кризисов.

В статье исследуется динамика восприятия болезни на материале различных типов словарей: толковых, исторических, ассоциативных и фразеологических, а также используются данные НКРЯ. «Толковый словарь русского языка» под ред. Д. Н. Ушакова и «Большой толковый словарь современного русского языка» под ред. С. А. Кузнецова демонстрируют, как менялись значения лексемы *болезнь* и как эти изменения отражали идеологические и культурные установки своего времени.

«Толковый словарь русского языка конца XX века. Языковые изменения» под редакцией Г. Н. Складневской даёт лексему *больной* с пометами, указывающими на принадлежность этого слова к публицистическому стилю и очевидную актуальность его использования в период социально-политических перемен. В словаре представлены как новые слова *ВИЧ-инфицированный* и *спидовед*, как относительно новые — *ВИЧ*, *ВИЧ-инфекция*, *СПИД*, *спидовый*. «Активный словарь русского языка» под ред. Ю. Д. Апресяна содержит речение, указывающее на персонификацию болезни: *болезнь затаилась*. В подобных случаях, очевидно, происходит расширение синтагматики лексемы. Иллюстративный материал демонстрирует, что болезнь может вызывать чувство стыда, что способствует созданию эвфемизмов: *дурная болезнь* = *венерическая болезнь*.

Исторические словари, «Словарь Академии Российской» (САР) и «Толковый словарь живого великорусского языка» В. И. Даля, показывают, как болезнь воспринималась в разные периоды. Гнездовой принцип составления Словаря Академии Российской позволяет проследить за деривационным потенциалом лексемы *боль*, производящей к *болезни*. Элементы гнезда *соболезнование* и *сердоболие* вербализуют идею сопряжённости боли физической и душевной. Словарь Даля также подчёркивает дуальность болезни, её связь как с физическим, так и с духовным состоянием человека.

«Русский ассоциативный словарь» (РАС), отражает восприятие болезни языковой личности эпохи «перестройки». Реакции на слово-стимул *болезнь* включают такие ассоциации, как *враг*, *коварная*, *тяжёлая*, что свидетельствует о негативной коннотации этого концепта и о персонификации. Реакции *друга*, *бабушка*, *отца* подтверждают, что частью концепта становится сострадание. Обнаружены реакции *СПИД*, *болезнь века* — *СПИД*.

В «Славянском ассоциативном словаре» (САС) прослеживается динамика в периферийных реакциях. Наблюдается увеличение частоты реакций с семантикой психических болезней. Если в РАС обнаруживается 5 реакций, связанных с этой темой,

то в САС таких реакций уже 13. Уникальная в этом словаре реакция *жёлтый*. Слово-стимул *жёлтый* в РАС вызывает негативные реакции, связанные с расстройством здоровья: *больной, гепатит, ядовитый, цвет кожи*.

Фразеологические словари и сборники пословиц раскрывают национальные методы профилактики и лечения болезней, а также отношение к врачам и медицине. В русской ЯКМ врачи часто воспринимаются с недоверием, а здоровье считается даром свыше. Это отражается в пословицах: «*Не дал бог здоровья — не даст и лекарь*» или «*Лекарь свой карман лечит*».

Словарный материал «Антипословиц русского народа» Х. Вальтера и В. М. Мокиенко демонстрирует, что скептическое отношение русского человека к врачам не подвергается динамике и проходит сквозь века.

Болезнь в русской культуре ассоциируется с изменением формы тела, уподоблению человека крюку, дуге. Она нарушает вертикаль, устремляет взор человека к земному, к низкому: «*Барского слугу стало гнуть в дугу*»; «*В крюк свело, согнуло, скорчило*»; «*Уходила, умучила, согнула да скрючила (болезнь, лихорадка)*».

Особое внимание в статье уделено новым языковым явлениям, возникшим в период пандемии COVID-19, описанным в «Словаре русского языка коронавирусной эпохи». Пандемия актуализировала микроконцепты *дом, обман* и *маска*. Неологизмы *ковид-диссидент, фуфловир* и *маскобесие* демонстрируют, как язык реагирует на глобальные кризисы и способствует изменениям в восприятии болезни. Эти неологизмы часто имеют ироничный или резко негативный оттенок, что отражает скептическое отношение части общества к мерам защиты и официальной информации. Микроконцепт *дом* в период пандемии приобрёл новые коннотации: дом стал не только местом защиты, но и вынужденной изоляции. Это отразилось в таких словах, как *заквартирье, наружка, домоизоляция* и т. д. Микроконцепт *обман* также стал важной частью восприятия болезни, что видно в неологизмах, таких как *пландемия, фейковир*, *фуфлодемик*. Микроконцепт *маска* также претерпел значительные изменения: маска, ранее воспринимавшаяся как нейтральное средство защиты, стала символом пандемии и вызвала поляризацию в обществе. Появились слова с негативной коннотацией, такие как *маскобесие* и *маскопаника*, и противоположные им неологизмы *голомордый* и *антимасочник*.

Таким образом, исследование концепта *болезнь* позволяет понять, как язык фиксирует и осмысляет изменения в обществе и культуре. Через призму этого концепта можно увидеть, как язык реагирует на глобальные кризисы, фиксирует изменения в восприятии реальности и формирует новые смыслы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сергеева Е. В. К вопросу о классификации концептов в художественном тексте // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2006, № 5. — Томск, 2006. — С. 1.

Методика преподавания русского языка

УДК 37

А. А. Марушко

*Филиал федерального государственного
бюджетного образовательного учреждения
высшего образования «Кубанский государственный
университет» в г. Славянске-на Кубани*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО КВЕСТА НА СОВРЕМЕННЫХ УРОКАХ В 7-М КЛАССЕ ПРИ ИЗУЧЕНИИ РАЗДЕЛА «ПРИЧАСТИЕ» КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ИНТЕРЕСА У ШКОЛЬНИКОВ К ИЗУЧЕНИЮ РУССКОГО ЯЗЫКА

Ключевые слова: урок русского языка, повышение интереса, образовательная технология, интерактивное обучение, квест–технология, образовательный квест, причастие.

Ввиду появления современных гаджетов и Интернет–ресурсов, в процессе обучения школьников педагоги сталкиваются с большим количеством проблем, среди них: отсутствие интереса и мотивации у учащихся к получению новых знаний; переключение внимания учеников на посторонние предметы (гаджеты, игрушки); непонимание важности получения новых знаний и навыков и многие другие проблемы.

Преподаватели, исследователи и методисты в своих работах также пишут об этой проблеме, среди них: Т. В. Костаева, Ю. С. Костаева, М. О. Мамажонova и П. М. Гусева.

Учителям необходимо вызывать у школьников интерес к своему предмету для повышения интенсивности мыслительной деятельности, повышения внимания учеников к изучаемым темам и лучшего усвоения изученного материала, что пригодится им не только на выпускных экзаменах, но и в будущей профессиональной деятельности.

Вызвать интерес у обучающихся к образовательному процессу и заинтересовать их темой урока — пунктуация непросто, поэтому современным учителям важно в своей работе использовать интересные методики и нестандартные формы проведения урока.

На современных уроках для повышения интереса у школьников к обучению используется следующее: применение морфо-синтаксическая сочетаемость (МСС) различных форм обучения, организация интегрированных уроков, использование различных образовательных технологий, организация исследовательской деятельности, использование ИКТ, использование актуальной и новой информации.

Из вышеперечисленного «Использование различных образовательных технологий» пользуется особой популярностью в научно-методической сфере, потому что современные педагоги постоянно осуществляют работу по поиску и созданию собственных приёмов и методик не только для повышения интереса у учащихся к учебному процессу, но и для того, чтобы качественно и доступно доносить до школьников сложные теоретические и научные сведения.

Образовательная технология интерактивного обучения вызывает у меня авторское «мы» наибольший интерес, так как в процессе такой работы происходит не одностороннее взаимодействие, а коллективное, двустороннее взаимодействие.

Среди большого количества интерактивных методик моё внимание привлекает технология образовательного квеста, которая позволяет решить несколько видов задач: образовательную, развивающую и воспитательную. Это виды задач или отдельные задачи?

Квест-технология появилась относительно недавно: с 1995 года, МСС когда профессор Берни Додж предложил использовать в процессе обучения некую поисковую систему, в которой предполагалось находить решение поставленной задачи с прохождением промежуточных стадий, на каждой из которых требовалось выполнить какое-то действие или найти ключ для выхода на следующий уровень.

Само понятие «квест» обозначает игру, требующую решения заданий МСС для продвижения по сюжету. В процессе квест-игры у участников активизируются мышление, воображение и творческие способности, а также появляется интерес, желание «дойти до конца» – всё это позволяет участникам квеста погрузиться в изучение содержания игры для того, чтобы успешно переходить от станции к станции, от этапа к этапу оформление цитаты [3].

Сегодня образовательный квест — это интерактивная технология, сочетающая в себе идеи проблемного и игрового обучения, где основой является проблемное задание, которое в процессе образовательной игры нужно решить. Такой вид квеста реализуется в процессе урока или во внеурочной деятельности оформление цитаты [3].

Одним из самых важных элементов в технологии образовательного квеста является сюжет. В зависимости от сюжета квесты бывают нескольких видов: линейными, штурмовыми и кольцевыми.

Роль учителя в организации и проведении образовательного квеста высока. Педагогу важно проанализировать аудиторию школьников, её интересы, возраст, успеваемость и уровень активности.

Несмотря на то, что технология образовательного квеста появилась относительно недавно, многие педагоги, исследователи и методисты уже отмечают её особенности и рекомендуют использовать в учебном процессе. Например, Т. С. Барахова [1], О. В. Панькова [2], Н. Н. Фролова и А. В. Циппер [4].

Технология образовательного квеста настолько уникальна, что её можно применять практически на любом школьном предмете и к любой теме урока. Наиболее актуально использовать образовательный квест при изучении таких тем урока, которые вызывают у школьников наибольшее затруднение.

На педагогической практике в общеобразовательной организации я провела диагностическую работу для того, чтобы проверить сформированные умения у семиклассников после изучения раздела «Причастие». Результаты оказались неутешительными. Кроме диагностической работы я побеседовала со школьниками по поводу результатов проверочной работы. Выяснилось, что изученная тема «Причастие» была для них сложной и неинтересной, из-за чего у них не было желания изучать данный раздел.

Для предотвращения таких результатов лексическая сочетаемость я предлагаю использовать на уроках русского языка в 7-м классе при изучении раздела «Причастие» образовательный квест «Экспресс в страну Причастие».

Цель квеста: открытие нового знания по теме «Причастие как особая группа слов» в 7-м классе. Благодаря прохождению образовательного квеста школьники достигнут следующих результатов: узнают определение причастия, его признаки, словообразовательные особенности и синтаксическую роль в предложении; научатся находить причастия и образовывать их.

Организовать участие семиклассников в выполнении заданий квеста можно как по командам, так и всем классом. Такой урок с использованием квест-технологии рассчитан на 1 учебное занятие.

Квест «Экспресс в страну Причастие» состоит из 5 станций (от 0–5): «Вокзал», «Причастный двор», «Долина суффиксов», «Фабрика причастий», «Театр причастий», «Страна Причастие».

На каждой из станций учащиеся выполняют определённые задания по теме занятия, заканчивается квест этапом рефлексии: составлением кластера по изучаемой теме и беседой.

Такой вид работы способствует повышению интереса школьников к изучению русского языка, вовлекает каждого участника квеста в образовательный процесс и способствует формированию необходимых умений для дальнейшего изучения раздела «Причастие».

Мне кажется, лучше ужать теоретическую часть и подробнее рассказать о конкретном квесте, ведь статья именно о нём.

ЛИТЕРАТУРА

1. Барахова Т. С. Образовательный квест – современная интерактивная технология / Т. С. Барахова // Открытый урок: сайт. — 2021. — URL: <https://urok.1sept.ru/articles/685987?ysclid=m2qies947q586258185>.
2. Панькова Н. В. Интерактивные методы обучения на уроках русского языка и литературы / Н. В. Панькова, Т. Ю. Турова // Молодой ученый. — 2022. — № 43 (438). — С. 338–340. — URL: <https://moluch.ru/archive/438/95777/?ysclid=m7q93773js292603265>.
3. Сафонова Е. В. Образовательный квест: смысл, содержание, технологические приёмы / Е. В. Сафонова // Народное образование. — 2018. — №1–2 (1466). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obrazovatelnyy-kvest-smysl-soderzhanie-tehnologicheskie-priyomy>.
4. Циппер А. В. Использование образовательного квеста на уроках русского языка при изучении и закреплении темы «Причастие» в 7 классе / А. В. Циппер, Н. Н. Фролова // Исследовательская деятельность в образовательном пространстве региона: материалы X региональной научно-практической конференции, Славянск-на-Кубани, 18–23 апреля 2022 года. — Славянск-на-Кубани: Филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Кубанский государственный университет» в г. Славянске-на-Кубани, 2022. — С. 140–146. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=50277346>.

УДК 811.161.1`366.58

А. В. Носивец

*Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Волгоградский государственный университет»
(Научн. рук. — канд. филол. наук, доц. И. А. Сафонова)*

КОМПЛЕКС УПРАЖНЕНИЙ ДЛЯ РАБОТЫ С ГЛАГОЛАМИ ПРИ ОБУЧЕНИИ ЧТЕНИЮ В ПРАКТИКЕ ПРЕПОДАВАНИЯ РКИ

Ключевые слова: чтение, текст, глагол, предтекстовые упражнения, притекстовые упражнения, послетекстовые упражнения, русский язык как иностранный.

Чтение — необходимая часть преподавания русского языка как иностранного, формирующая умения и навыки зрительного восприятия и понимания текста, зафиксированного с помощью чужеродной для инофонов графической системы. Понимание письменного текста представляет трудность для большинства изучающих русский язык как иностранный [2, 3].

Одной из важных составляющих формирования умения и навыков чтения является работа с глаголами, необходимая для определения темы текста, понимания основной идеи и общего смысла текста.

Обучение чтению предполагает выполнение предтекстовых, притекстовых и послетекстовых заданий. Задания предтекстового этапа направлены преимущественно на восприятие, понимание и узнавание языкового материала, расширение диапазона известных учащимся глаголов. Задания притекстового этапа ориентированы на выделение глаголов в тексте, определение и понимание их значений в контексте. Задания послетекстового этапа нацелены на формирование навыков использования глаголов и отдельных глагольных форм в самостоятельно составленных предложениях и/или текстах [1].

Рассмотрим на примере басни Л. Н. Толстого «Царь и сокол» возможности работы с глаголами при обучении чтению инофонов, владеющих языком в объеме базового уровня. Текст басни был предварительно адаптирован нами для учебных занятий.

Один царь на охоте **отпустил** за зайцем любимого сокола.

Сокол **поймал** зайца. Царь **отнял** зайца и **стал искать** воды, где бы **напиться**. В бугре ?? родник на склоне холма? царь **нашел** воду. Царь **достал** чашу с седла ?? вынул из седельной сумки? и **подставил** под воду. Вода **текла** по капле. Когда чаша **набралась** полная, царь **поднял** ее ко рту и **хотел пить**. Вдруг сокол **вздрогнул** на руке у царя, **забил** крыльями и **выплеснул** воду. Царь опять **подставил** чашу. Он долго **ждал**, пока она **наберется** до краев, и опять, когда он **стал подносить** ее ко рту, сокол **дернулся** и **разлил** воду.

Когда в третий раз царь **набрал** полную чашу и **стал подносить** ее к губам, сокол опять **разлил** ее. Царь **рассердился** и со всего размаха **ударил** сокола об камень, **убил** его. Тут **подъехали** царские слуги. Один из них **побежал** вверх к роднику, чтобы **найти** воды и скорее **набрать** полную чашу. Только и слуга не **принес** воды. Он **вернулся** с пустой чашкой и **сказал**: «Ту воду нельзя **пить**. В роднике змея, и она **выпустила** свой яд в воду. Хорошо, что сокол **разлил** воду. Если бы ты **выпил** этой воды, ты бы **умер**».

Царь **сказал**: «Плохо же я **отплатил** соколу. Он **спас** мне жизнь, а я **убил** его».

Перед прочтением текста можно предложить обучающимся задание, связанное с освоением новых глаголов и глагольно-именных сочетаний.

Например: «Определите значение следующих слов и словосочетаний: **выплеснуть**, **дернуться**, **ударить**, **умереть**; **забить** крыльями, **выпустить** яд, **отплатить** соколу».

На притекстовом этапе важно показать возможности взаимодействия глаголов с другими единицами в рамках предложения. В связи с этим представляется целесообразным дать упражнение, предполагающее, что учащиеся должны найти глаголы в тексте и заполнить ими пропуски.

Пример: Плохо же я ... соколу. — Плохо же я **отплатил** соколу.

1. Сокол ... зайца. 2. В бугре царь ... воду. 3. Царь опять ... чашу. 4. Вдруг сокол ... на руке у царя, ... крыльями и ... воду.

Возможны упражнения, развивающие умения логического и критического мышления. К таковым может быть отнесено упражнение, ориентированное на выработку навыков составления сложных предложений.

Например, «Соедините первую и вторую части следующих предложений:

Вдруг сокол **вздрогнул** на руке у царя,

Один из них **побежал** вверх к роднику,

В роднике змея,

чтобы **найти** воды.

забил крыльями и **выплеснул** воду.

и она **выпустила** свой яд в воду».

Притекстовый этап работы предполагает также возможность включения заданий, направленных на формирование умения подбирать синонимы или антонимы. Основой могут служить отдельно предложенные глагольные синонимы и антонимы.

Например: «Найдите в тексте глаголы с противоположными значениями:
дать — _____; *идти* — _____; *уйти* — _____; *успокоиться* — _____».

Можно также предложить обучающимся подобрать лексические синонимы к глаголам из текста. Например: «Найдите близкие по значению глаголы. Воспользуйтесь приведенными глаголами из списка: *злиться, пошевелиться, вылить, изловить*.

рассердиться — _____; *дернуться* — _____;
выплеснуть — _____; *поймать* — _____».

Помимо этого, обучающимся можно дать для работы часть прочитанного текста, предварительно заменив глаголы, и предложить исправить фрагмент в соответствии с оригиналом. Такой вид упражнений предполагает максимальное усвоение текста в процессе чтения, а также знание лексических синонимов.

Например: «Замените глаголы в тексте. Воспользуйтесь приведенными глаголами из списка: *ждать, набраться, стать, дернуться, разлить, набрать*.

*Он долго **ожидал**, пока она **наполнится** до краев, и опять, когда он **начал подносить** ее ко рту, сокол **качнулся** и **расплескал** воду. Когда в третий раз царь **налил** полную чашу и **начал подносить** ее к губам, сокол опять **разлил** ее».*

Послетекстовые упражнения нацелены на осознание учащимися текста как единого смыслового целого. Так, упражнение может предполагать пересказ текста с опорой на представленные в нем глаголы. При этом лучше привести глаголы в той последовательности, в которой они даны в тексте.

Например: «Расскажите, что вы узнали из текста. Используйте следующие глаголы: *найти — достать — набрать — разлить — рассердиться — убить — отплатить*».

Кроме того, можно предложить инофонам составить небольшой рассказ с использованием ранее изученных глаголов, что позволит расширить знания о русской литературе и культуре.

Например: «Расскажите, что вы знаете о писателе Л. Н. Толстом. Какие произведения Л. Н. Толстого вы читали? Для ответа используйте глаголы: *быть, жить, писать, читать, учить, знать, нравиться*».

Итак, работа с глаголами является важным компонентом обучения чтению на занятиях по русскому языку как иностранному. Для этого важно подобрать текст, содержащий необходимый языковой материал. При обучении чтению создаются условия для формирования у инофонов умений и навыков восприятия письменного текста, его содержания, запоминания и употребления лексических единиц, грамматических конструкций.

ЛИТЕРАТУРА

1. Лосева И. Э. Особенности этапов работы с текстом на занятиях русского языка как иностранного в вузе / И. Э. Лосева // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. — 2020. — № 1-1. — С. 84–88. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-etapov-raboty-s-tekstom-na-zanyatiyah-russkogo-yazyka-kak-inostrannogo-v-vuze>
2. Ляпидовская М. Е. Чтение в практике обучения русскому языку как иностранному / М. Е. Ляпидовская // Филология и культура. — 2014. — № 4 (38). — С. 308–311. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/chtenie-v-praktike-obucheniya-russkomu-yazyku-kak-inostrannomu>
3. Ревякина Т. Л. Чтение как аспект обучения на занятиях по РКИ / Т. Л. Ревякина, В. В. Щур, Н. В. Федотова // Научный вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. — 2013. — № 11. — С. 54–60. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/chtenie-kak-aspekt-obucheniya-na-zanyatiyah-po-rki>

ТИПОЛОГИЯ ИНТОНАЦИОННЫХ ОШИБОК КИТАЙСКИХ УЧАЩИХСЯ В РУССКИХ ПРОСТЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЯХ

Ключевые слова: *тональный язык, интонация, интонационные конструкции, интонация русского языка, китайские дикторы.*

Китайский язык, как представитель сино-тибетской языковой семьи, характеризуется уникальной тональной системой, где изменение высоты тона в рамках слога определяет лексическое значение. В путунхуа (стандартном китайском) каждый слог обладает фиксированным тоном, выполняющим смысловоразличительную функцию. Например:

妈 (mā) — 1-й тон (высокий ровный) — «мама»;

麻 (má) — 2-й тон (восходящий) — «конопля»;

马 (mǎ) — 3-й тон (низкий падающе-восходящий) — «лошадь»;

骂 (mà) — 4-й тон (нисходящий) — «ругать».

Тоны обязательны для различения слов.

Интонация же обычно относится к изменению высоты голоса в рамках предложения, которое выражает вопросы, эмоции, утверждения и т. д. Например:

Вопрос без вопросительного слова: «你喜欢咖啡?» (Nǐ xǐhuān kāfēi? — «Ты любишь кофе?») — тон в конце предложения слегка повышается, несмотря на исходные тоны слогов.

Утверждение: «我喜欢咖啡。」 (Wǒ xǐhuān kāfēi.) — интонация ровная или слегка понижается.

Тоны — это фиксированные паттерны для отдельных слогов, а интонация — это изменение высоты в рамках всего предложения. В китайском есть и то, и другое. Тоны обязательны для лексического значения, а интонация влияет на смысл предложения.

Как видно из примеров, тональная система носит обязательный характер: изменение тона полностью преобразует семантику слова, даже при сохранении фонетического состава слога.

В китайском языке интонация функционирует на уровне предложения, модулируя коммуникативные интенции:

Вопросительные предложения (без вопросительных слов): «你喜欢咖啡?» (Nǐ xǐhuān kāfēi?) — «Ты любишь кофе?»

Характерно незначительное повышение тона в конечном слоге, несмотря на исходные тоны (fēi сохраняет 1-й тон, но общий контур восходящий).

Утвердительные предложения: «我喜欢咖啡。」 (Wǒ xǐhuān kāfēi.) — «Я люблю кофе»

Интонация демонстрирует ровный или нисходящий паттерн.

Таким образом, в китайском языке:

Тоны — фиксированные слоговые паттерны, обязательные для лексического значения;

Интонация — надсегментное явление, влияющее на прагматику высказывания.

В отличие от этого, русская интонация функционирует на уровне предложения, выражая коммуникативные интенции (вопрос, утверждение, эмоции) через изменение общего контура высоты тона. Например:

Вопрос без вопросительного слова: «Ты любишь кофе?» — восходящий тон в конце (ИК-3);

Утверждение: «Я люблю кофе» — нисходящий тон (ИК-1).

Русская интонация как важный компонент фонологической системы играет ключевую роль в коммуникации. Такая типологическая разница между русским и китайским языками создаёт значительные трудности для китайских студентов при освоении русской интонации. Эта проблема сопровождает студентов на протяжении всего процесса обучения. Методы и направления обучения русской интонации должны быть разными для изучающих русский язык с разными родными языками. Поэтому необходимо проанализировать типичные ошибки, допускаемые китайскими студентами в процессе овладения русской интонацией, и на основе этих типичных ошибок найти соответствующие методы обучения.

Опираясь на теорию русской интонации, мы использовали экспериментальную фонетику для анализа фонологических образцов русской интонации китайских студентов, чтобы сделать результаты более научными, обобщить типичные ошибки в овладении и надеяться, что результаты исследования помогут разработать более целенаправленную программу обучения русской интонации для китайских студентов.

Мы отобрали 15 предложений из первой частей учебника «Дорога в Россию», который широко используется в преподавании русского языка как иностранного. Мы постарались охватить все типы ИК (интонационные конструкции), которые часто используются в повседневной жизни. Восемнадцати китайцам, изучающим русский язык на начальном, среднем и продвинутом уровнях и обучающимся в Китае, было предложено прочитать и записать предложения без подготовки. Были проанализированы типичные ошибки и подсчитана связь между частотными ошибками и типами ИК. Ошибки были визуализированы и представлены в виде графиков и таблиц.

Нашей целью было выявить репрезентативные типы ошибок и классифицировать их. А также подсчитать распределение ошибок у учащихся разного уровня и выявить общие паттерны ошибок.

Наше предварительное исследование показало, что каждый ИК имеет свои уникальные ошибки в процессе обучения русской интонации носителей китайского языка, но среди распространенных ошибок можно выделить следующие:

- 1) Неправильная подача слогов
- 2) Повторение всех слов
- 3) Невыполнение интонации тоники и тона, следующего за тоникой.

После анализа и обобщения общих характеристик ошибок китайских студентов при изучении русской интонации, следующим шагом стало изучение причин этих ошибок, чтобы они могли лечь в основу преподавания русского языка как иностранного. В результате проведенного исследования мы считаем, что причины следующие:

- 1) недостаточное понимание концепции тональности
- 2) непонимание правил использования различных тональных моделей
- 3) недостаточное понимание ритмов ударения в русских словах
- 4) влияние родного китайского языка (негативный языковой перенос)

Учитывая типичные ошибки, допускаемые китайскими студентами в процессе изучения русской интонации, мы выдвигаем следующие целенаправленные предложения по обучению:

- 1) Усилить преподавание понятия тонального центра
- 2) Усилить обучение правилам использования русских тональных образцов
- 3) К возникновению русско-китайских предложение не закончено

ЛИТЕРАТУРА

1. Брызгунова Е. А. Практическая фонетика и интонация русского языка. М.: Изд-во «Наука», 1963, 233 с.
2. Брызгунова Е. А. Звуки и интонация русской речи. М.: Изд-во «Русский язык», 1977, 16-194 с.
3. (俄) 科罗特科娃编著. 李巾译. 俄语语音语调纠正教程. 北京: 外语教学与研究出版社, 2010, 171 页.
4. 徐来娣. “中国学生俄语语音词发音习得常见偏误分析.”[J] 中国俄语教学 2013 (3): 64-69.

УДК 8

К. Е. Агафонова

*Автономная некоммерческая организация
Центр продвижения русского языка
и культуры «Институт Русистики»*

ЛИНГВОКОГНИТИВИСТИКА В ПРЕПОДАВАНИИ РКИ: ПОНИМАНИЕ ИМПЛИЦИТНОЙ ИНФОРМАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ НАМЁКОВ)

Ключевые слова: лингвокогнитивистика, метасмысл, имплицитность, намёки, предтекстовая и послетекстовая программа, гипертекстуальность.

Одним из актуальных направлений современной русистики является лингвокогнитивистика — междисциплинарная область научного знания, объединяющая элементы психолингвистики, нейролингвистики, прагматической лингвистики и философии языка. Данное направление фокусируется на исследовании когнитивной обработки текстов и их интерпретации адресатом [1, с. 20].

Исследования психолингвистов и специалистов в области преподавания русского языка как иностранного убедительно подтверждают, что успешное овладение иностранным языком возможно лишь при условии формирования в языковом сознании и подсознании обучающихся способности воспринимать не только явную, но и имплицитную информацию. Это включает в себя понимание метасмысла — скрытых значений, не выраженных напрямую, но подразумеваемых в устных и письменных текстах [3].

Один из ключевых аспектов проникновения в языковое сознание связан с анализом функций метасмысла, который особенно проявляется в фигурах непрямого общения. Примерно 40% информации в тексте может быть зашифровано в глубинных структурах посредством таких языковых явлений, как метафоры, ирония, эвфемизмы, умолчания, элементы постправды и мемы [2, с. 3].

В последние годы изучение феномена имплицитности занимает центральное место в психолингвистике. Это направление можно отнести к лингвокогнитивистике, поскольку оно сосредоточено на когнитивных процессах, участвующих в порождении и интерпретации речи. Считается, что в языковом сознании и подсознании индивидов

существуют когнитивные механизмы, обеспечивающие распознавание и интерпретацию глубинных смыслов. Эти механизмы развиваются внутри одной культуры, что способствует унификации понимания метасмысла среди ее носителей.

Исследования в области лингвокогнитивистики находят практическое применение в методике преподавания русского языка как иностранного (РКИ), в частности при обучении пониманию имплицитных значений.

Например, для выявления намеков в текстах занятие по РКИ может включать специальные упражнения, направленные на анализ имплицитной информации в тексте. Например, одно из таких заданий:

«Сравните два высказывания и выберите вариант, содержащий намек. Объясните свой выбор.

Ситуация: Мать обращается к сыну:

А) «Павел, ты совсем не хочешь заниматься, ты никогда не делаешь домашние задания».

Б) «Кто-то совсем не хочет заниматься и делать домашнее задание».

Правильный ответ: вариант Б. Здесь используется намек: обобщенная семантика неопределенно-личного местоимения «кто-то» позволяет создать имплицитное сообщение, передающее скрытый упрек. Подобные стратегии часто используются в ситуациях, когда прямое высказывание может быть нежелательным или социально неуместным».

Приведем другой пример:

«Диалог между подругами:

– Кое-кому стоит похудеть»

Комментарий. В этом случае, несмотря на обобщенную семантику, обе подруги понимают, к кому относится данное высказывание, но формулировка остается завуалированной».

Еще один пример:

«Диалог между друзьями:

– «Кто-то купил машину и молчит».

Комментарий. Метасмысл высказывания заключается в том, что друг не поделился радостной новостью, и это воспринимается как нарушение коммуникативных ожиданий»

Приведем ещё один пример — задание, направленное на интерпретацию намека в коммуникативной ситуации.

«Обстоятельства общения: Преподаватель обращается к студентам:

«Мне кажется, у нас на ~~уроке~~ занятии, паре шумно!»

Комментарий. В данном случае преподаватель использует намек, чтобы косвенно указать на недопустимое поведение студентов. Скрытый смысл состоит в том, что студенты мешают ведению занятия. Подобные имплицитные формы выражения могут быть понятны учащимся уже на уровне владения русским языком А2.

Таким образом, выявление и интерпретация намеков требует не только языковой компетенции, но и знаний о культурных особенностях общения. Лингвокогнитивные исследования помогают разработать методические подходы, направленные на развитие у студентов способности интерпретировать имплицитные смыслы в русской речи, что существенно улучшает их коммуникативную компетенцию и адаптацию в языковой среде.

ЛИТЕРАТУРА

1. Тарасов Е. Ф. Проблемы теории речевого общения // Вопр. психолингвистики. — 2009. — №10. — С. 20-26

Материалы XII Международной научной конференции студентов и молодых учёных
«Новые горизонты русистики», посвящённой памяти Г. И. Рихтера

2. Шляхов В. И., Агафонова К.Е. От метафоры до фейков: Словесное воздействие на эмоции, знания и поведение людей / В. И. Шляхов, К. Е. Агафонова, 2023. — 166 с.
3. Шляхов В. И. Теории ошибок и метасмысл в дискурсе // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. — 2008. — № 3. — С. 80-85.

Словообразование и грамматика

УДК 81'373.611

М. Д. Агаркова

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»
(Научн. рук. — д-р филол. наук, проф. В. И. Теркулов)

АДЪЕКТИВНЫЕ КВАЗИАББРЕВИАТУРЫ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Ключевые слова: *адъективные аббревиатуры, сложносокращенное прилагательное, псевдоунивербализация, квазиаббревиатура, аброморфема.*

Данное исследование посвящено рассмотрению адъективных квазиаббревиатур в современном русском литературном языке. **Объектом в работе** выступают адъективные квазиаббревиатуры, **предметом** — их функциональные особенности. Для достижения поставленной выше цели необходимо решение следующих **задач**: дать определение аббревиатурному и квазиаббревиатурному прилагательным; дать толкование термину «псевдоунивербализация», описать функциональные типы квазиаббревиатурных прилагательных.

Материалом исследования послужили отобранные из картотеки создаваемого Экспериментальной лабораторией исследования тенденций аббревиации при кафедре русского языка ДонГУ Толкового словаря сложносокращённых слов русского языка 235 прилагательных, включающих в свой состав абброконструкты.

Актуальность работы. Актуальность работы в первую очередь обусловлена тем, что сложносокращённые прилагательные ранее не рассматривались как аббревиатуры. Считается, что «аббревиатуры — это *существительные* (выделено нами — М.А.), состоящие из усечённых отрезков слов, входящих в синонимичное им словосочетание» [1, с. 84]. Выводы, сделанные в результате исследования, имеют как теоретическую, так и практическую актуальность. Наша работа предполагает обогащение научных представлений о словообразовательной базе языка, включая в её состав новый тип аббревиатур, расширяет уже существующие представления об аббревиации. Практическая ценность работы состоит в том, что она выступает в качестве теоретического основания для лексикографической фиксации сложносокращённых прилагательных.

Мы под **сложносокращённым словом** мы понимаем, «с точки зрения диахронии, единицы, возникшие в результате универбализации и противопоставляющиеся квазиаббревиатурам как единицам, возникшим в результате прямого аброморфемного словообразования, а с точки зрения синхронии — <...> единицы, имеющие актуальные текстовые эквиваленты» [2, с. 77].

Иначе говоря, следует различать диахронный и синхронный подходы к выделению и описанию аббревиатур. При **диахронном анализе** «описывается класс сложносокращённых слов, реально возникших на базе словосочетаний» [2, с. 81], а **синхронный подход** устанавливает и описывает отношения актуальной эквивалентности в пределах гнезд эквивалентности. Наше исследование базируется на синхронном анализе

Сложносокращённые прилагательные (далее — ССП) с точки зрения диахронного анализа не относятся к аббревиатурам. Развёртываемые на их базе словосочетания вторичны: они возникли в результате псевдоунивербализации. **Псевдоунивербализация** — развёртывание слова в словосочетание с тождественным значением (*авиатехнический* > *авиационный технический, авиационно-технический*) [3,

с. 39]. На **синхронном** срезе языка **ССП** — прилагательные, включающие в свой состав аббреконструкт и получающие в результате псевдоунивербализации дескриптивные эквиваленты (*велогоночный* > *велосипедный гоночный*).

Квазиаббревиатурные прилагательные отличаются отсутствием в текстах дескриптивных эквивалентов и невозможностью разворачиваться в синтаксические эквиваленты. Например, слово *автозаводской* (переулочек), является квазиаббревиатурой, поскольку эквивалент *автомобильный заводской* не обнаруживается в текстах. К этому же типу слов относятся и *бензонасосный*, *дымозащитный*, *миросозерцательный* и др.

Невозможность адъективной аббревиатуры разворачиваться в синтаксические эквиваленты объясняется следующими факторами:

1) ССС было образовано при помощи корневых компонентов *типа аква-, мини-, квази-, ретро-*, которые не разворачиваются в эквивалентное слово: *ретроспективный*, *аквапарковый квазиаббревиатурный*;

2) при разворачивании адъективной квазиаббревиатуры меняется исходная семантика аббревиатуры: *бензонасосная (станция)* («станция, которая выкачивает бензин с помощью встроенного насоса»), но при попытке развернуть ССС (*бензиновый насосный*) оно получает значение «насосная станция, работающая на бензине».

Таким образом, адъективная квазиаббревиатура не имеет словосочетания-источника и не разворачивается в синтаксические эквиваленты. Мы определили, что квазиаббревиатуры могут быть образованы абброморфемным способом, а их неспособность разворачиваться в эквиваленты связана с двумя факторами: слово образовано при помощи корневых компонентов, которые не разворачиваются в эквивалентное слово; при разворачивании квазиаббревиатуры меняется исходная семантика.

ЛИТЕРАТУРА

1. Краткая русская грамматика / В. Н. Белоусов, И. И. Ковтунова, И. Н. Кручинина и др.; Под ред. Н. Ю. Шведовой и В. В. Лопатина. — М.: Рус. яз., 1989. — 639 с
2. Теркулов В. И. Сложносокращённые слова: синхронный и диахронный аспекты описания / В. И. Теркулов // Вестник Моск. ун-та. Серия 9: Филология. — 2017. — №6. — С. 73–97
3. Теркулов В. И. Универбализация, квазиунивербализация, псевдоунивербализация: определение терминов / В. И. Теркулов // Наука и мир в языковом пространстве: Сборник научных трудов II Республиканской очно-заочной научной конференции, Макеевка, 23 ноября 2016 года / Редколлегия: Е.В. Горохов, Н.М. Зайченко [и др.]. — Макеевка: Донбасская национальная академия строительства и архитектуры, 2016. — С. 37-41.

УДК 811.161.1

А. А. Алтухова

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»
(Научн. рук. — д-р филол. наук, проф. В. И. Теркулов)

МНОЖЕСТВЕННАЯ ЭКВИВАЛЕНТНОСТЬ ИНИЦИАЛЬНЫХ АББРЕВИАТУР

Ключевые слова: аббревиатуры, инициальные аббревиатуры, синхронная аббревиация, эквивалентность, дешифровальные стимулы.

Цель работы — определить особенности множественной эквивалентности инициальных аббревиатур и установить источники её формирования.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью описания ранее не рассматривавшегося в науке явления множественной эквивалентности инициальных аббревиатур в связи с созданием Нормативного словаря аббревиатур русского языка, главной особенностью которого является синхронно-эквивалентностный подход к описанию аббревиатур.

Существует два подхода к исследованию аббревиации — диахронный, предполагающий изучение аббревиатур через нахождение производящего для них словосочетания, и синхронный, устанавливающий эквиваленты аббревиатуры на основе мотивационных отношений на актуальном срезе языка. В синхронии аббревиатура часто имеет несколько синтаксических эквивалентов — словосочетаний, которые употребляются «как абсолютные синонимы (дублиеты) сложносокращённого слова в эквивалентных текстах и включают в свой состав компоненты, воспринимающиеся носителями языка как эквиваленты конструкторов аббревиатуры» [1, с. 82]. Эквивалентные словосочетания формируют гнездо эквивалентности аббревиатуры, под которым понимается «совокупность актуально сосуществующих словосочетаний, связанных отношениями мотивационной (формально-семантической) эквивалентности с аббревиатурой и употребляемых с нею в эквивалентных текстах» [1, с. 76]. Инициальным аббревиатурам, как и другим типам сокращений, свойственна множественная эквивалентность.

Формирование большого количества синхронных эквивалентов аббревиатуры связано с множественностью дешифровальных стимулов — реализаций сокращённого компонента аббревиатуры, которые в зависимости от способа трактовки аббревиатуры разделяются на презентативные (*АР — авторегистратор — автомобильный регистратор*), релятивные (*АР — авторегистратор — регистратор для авто*) и модификативные (*АР — авторегистратор — автомобильный видеореги́стратор*).

Множественная эквивалентность фиксируется, когда эквиваленты инициальной аббревиатуры возникают в результате универбализации, которую В. И. Теркулов определяет как «процесс образования слов, семантически тождественных производящим словосочетаниям» [3, с. 135], и псевдоунивербализации — «развёртывания слова в словосочетание с тождественным значением» [2, с. 39], и представляют собой аббревиатурный комплекс, структура которого включает словосочетание, универбат, инициальную аббревиатуру: *административный отдел — админотдел — адмотдел — адмот — АО; справочная информационная служба — справочно-информационная служба — СИС*.

Существование нескольких синхронных эквивалентов отмечается при наличии в эквивалентных словосочетаниях деривационно связанных компонентов с тождественным значением: *ЕНВ — единые нормы времени, единые нормативы времени, ЕФОВ — Европейская федерация по охране вод — Европейская федерация по охране водоемов*.

Структура инициальной аббревиатуры не всегда закономерно воспроизводит все компоненты эквивалента, поэтому множественная эквивалентность возникает также в случаях, когда компонент эквивалентного словосочетания не отражается в конструкторе аббревиатуры: *МБ — максимальный балл, максимальное количество баллов, ВК — военная кафедра, кафедра военной подготовки*.

В связи с неинформативностью конструкторов инициальной аббревиатуры и множественностью способов их трактовки возникает проблема нормативной трактовки эквивалентности. Можно выделить следующие принципы, позволяющие считать эквивалент инициальной аббревиатуры нормативным.

1. Помимо того, что эквивалент должен включать в свой состав компоненты, отражающиеся в структуре аббревиатуры, он должен использоваться в качестве дешифровки или абсолютного синонима в эквивалентных текстах. Например,

дешифровки аббревиатуры *АП (автопарк)* *автомобильный парк* и *автобусный парк* включают компоненты *А* — *авто*, *П* — *парк*, но не связаны синонимическими отношениями. Эквиваленты, связанные гиперо-гипонимическими отношениями (*ВПФ* — *военная прокуратура флота/военная прокуратура флотилии*) также не являются эквивалентами одной аббревиатуры, так как обозначают разные референты.

2. Нормативный эквивалент должен иметь внутреннюю структуру, не противоречащую значению аббревиатуры. Например, на синхронном срезе языка аббревиатура *ААВ (авиационное артиллерийское вооружение)* имеет несколько моделей дешифровок. Отмечаемый в некоторых текстах дублет *Артиллерийское авиационное вооружение* является вторичным и неправильным, поскольку если *авиационное артиллерийское вооружение* — это артиллерийское вооружение, предназначенное для авиации, то *Артиллерийское авиационное вооружение* должно было бы трактоваться как авиационное вооружение, предназначенное для артиллерии, что не совпадает с значением аббревиатуры *ААВ*.

3. Эквивалент должен соответствовать существующим грамматическим нормам. Например, инициальная аббревиатура *УПО* (обозначает учреждение, которое осуществляет противопожарную защиту города) имеет единственную нормативную дешифровку *управление пожарной охраны*, а отмечаемый в ряде текстов эквивалент *управление пожарной охраной* является неверным.

Таким образом, в результате применения синхронного подхода к аббревиации, подразумевающего анализ аббревиатуры и мотивационно связанных с ней словосочетаний, обнаружилось, что сокращениям инициального типа свойственна множественная эквивалентность.

ЛИТЕРАТУРА

1. Теркулов В.И. Сложносокращённые слова: синхронный и диахронный аспекты описания / В.И. Теркулов // Вестник Московского университета. Серия 9: Филология. — М., 2017. — № 6. — С. 73–97.
2. Теркулов В.И. Универбализация, квазиунивербализация, псевдоунивербализация: определение терминов / В. И. Теркулов // Наука и мир в языковом пространстве: сборник научных трудов II Республиканской очно-заочной научной конференции. — Макеевка: ДонНАСА, 2016. — С. 37–41.
3. Теркулов В.И. Универбализация: постановка проблемы / В. И. Теркулов // Ученые записки Забайкальского государственного университета. Серия: Филология, история, востоковедение. — 2010. — № 3. — С. 135–142.

УДК 81'373.611

Т. А. Кириченко

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»
(Научн. рук. — д-р. филол. наук, проф. В. И. Теркулов)

СЛОЖНОСОКРАЩЕННЫЕ ОНИМЫ КАК КВАЗИАББРЕВИАТУРЫ

Ключевые слова: сложносокращённые онимы, квазиаббревиатура, абброконструкт, универбализация, абброморфема.

Объектом нашего исследования являются сложносокращённые онимы (ССО) — слоговые (иногда — смешанные) аббревиатуры, которые характеризуются

мотивационными связями со словосочетаниями-эргонимами и используются для обозначения единичных объектов, включая в свой состав эквиваленты не менее двух компонентов этих словосочетаний, как минимум один из которых является аббревиационным конструктором (далее — АК), например *Рособрнадзор*, *Минприроды* и т. д.

Актуальность исследования определяется тем, что сегодня смысловая неоднозначность названий вызывает множество интерпретаций при их декодировании. Несмотря на то, что между именами собственными и именами нарицательными существует граница, некоторые исследователи (В. А. Никонов, В. Д. Бондалетов, Л. А. Булаховский, А. В. Суперанская и др.) утверждают, что эта граница относительна. Однако, как показали наши исследования, ССО имеют организацию, отличную от структуры сложносокращённых апеллятивов.

При образовании ССО чаще всего используются два семантических типа АК:

1. АК, указывающий на местонахождение организации или на вид структурного подразделения. Как правило, данный АК является препозитивным. Например: *Сиб-, Томск-, Донецк-, Рос-, Мин-, Гос-, Рес-, Обл-* и т. д.
2. АК, указывающий на вид деятельности организации (слово-классификатор). Например: *-ком-, -завод-, -центр-, -прод-, -флот-, -уголь-, -теле-* и т. д.

Образование ССО осуществляется не только путем универбализации, то есть процесса, при котором «слово, замещающее словосочетание, выступает в качестве его дублета в пределах тождества единой номинативной единицы — номинатемы» [1, с.138] (например, *Росэксимбанк* — *Российский экспортно-импортный банк*), но и путем конструирования аббревиатуры, во время которого реализуется процесс выборки необходимых компонентов для формирования ССО. Например, в ССО *Москомстат* (*Московский городской комитет государственной статистики*) соединяются локативный препозитивный АК *Мос-*, АК, указывающий на тип организации, — *-ком-* (*комитет*) и АК, указывающий на область деятельности, — *-стат* (*статистики*). Данный ССО был образован путем универбализационного конструирования, поскольку компоненты *городской* и *государственной* не были отражены в аббревиатуре.

Нужно отметить, что иногда в ССО появляются «искусственные» компоненты, которые не являются эквивалентом ни одного из слов официального названия, а появляются на основе ассоциативной связи и (или) по аналогии с существующими ССО. Поэтому мы можем предположить, что все ССО с искусственно подобранными компонентами являются квазиаббревиатурами, т.е. сложносокращёнными словами, которые создаются не на базе словосочетаний, а на базе слов по аналогии с существующими аббревиатурами. Например: *Москомспорт* — *Департамент физической культуры и спорта* города *Москвы*, где АК *Мос-* вбирает в себя семантику локативного компонента официального полного наименования *города Москвы*, АК *-спорт* — компонентов *физической культуры и спорта*. Данные компоненты официального наименования по отношению к АК прозрачны, однако АК *-ком-* (предположительно: *комитет*, именно так он и дешифруется носителями языка) подталкивает к явлению псевдоунивербализации (**Московский комитет спорта*), но соотносится с семантикой лексемы *Департамент* («отдел, подразделение министерства, высшего государственного учреждения»), поскольку *комитет* — «совет, собрание, съезд, коллегиальный орган, сформированный для работы в какой-нибудь специальной области, обычно имеющей отношение к руководству или управлению, а также государственный орган исполнительной власти или структурная единица в системе органов законодательной власти».

Данный ССО имитирует конечную (воспринимаемую именно как морфемную) структуру уже образованных аббревиатур, используя для этого готовые «формулы

образования ССО». Ср.: *Москомзем — Департамент земельных ресурсов города Москвы, Москомархитектура — Комитет по архитектуре и градостроительству города Москвы* и т. д. Это происходит в случае, когда официальные наименования аналогичны по своей структуре и отличаются только теми компонентами, в которых содержится указание на вид деятельности или место расположения.

ССО в этом случае получают статус уже не абброэквивалентов, а абброморфем. Семантика абброморфем не тождественна значению каких-либо слов исходного словосочетания (поскольку официальное наименование не содержит таких слов), а ассоциативна — она указывает, например в случае с АК -ком-, не на связь определяемого актанта с каким-либо комитетом, а на его «связь [rel¹] с чем-то, связанным [rel²]» с комитетом, комиссией и т.п., т.е. на связь с *коллегиальным органом, сформированным для работы в какой-нибудь специальной области*. По нашему мнению, ССО с искусственными компонентами относятся к квазиаббревиатурам — аббревиатурам, которые не имеют в качестве источника словосочетание.

Таким образом, существует три способа образования ССО: универбализация (ССО образуется на базе официального наименования, включая все компоненты), конструктивная универбализация (ССО образуется на базе официального наименования путем выборки ключевых компонентов), квазиунивербализация (образование ССО с опорой на готовую «формулу ССО» или путем обобщения семантики, указанием на ассоциативную связь).

ЛИТЕРАТУРА

1. Теркулов В. И. Универбализация: постановка проблемы // Ученые записки Забайкальского государственного университета. Серия: Филология, история, востоковедение. — 2010. №3. — С. 135-142.

УДК 81'373.611

А. А. Ларина

*Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»
(Научн. рук. — д-р филол. наук, проф. В. И. Теркулов)*

СЕМАНТИКА СОСТАВНЫХ АББРОКОНСТРУКТОВ В ЭКВИВАЛЕНТНОСТНОМ ИЗЛОЖЕНИИ

Ключевые слова: абброконструкт, дешифровальный стимул, полисемия, презентатив, релятив, модификатив.

Целью работы является описание особенностей применения методики определения значения абброконструктов и соответствующих им адъективов к составным абброконструкциям.

Объектом исследования являются составные аббревиатуры, входящие в «Толковый словарь сложносокращённых слов русского языка».

Предметом исследования выступают презентативные и интерпретативные стимулы составных аббревиатур, а также их взаимосвязь на семантическом и словообразовательном уровне.

Актуальность исследования определяется необходимостью создания методик описания значений презентативов и составных абброконструктов для словарных статей «Толкового словаря сложносокращённых слов русского языка».

В рамках нашего исследования необходимо выполнить ряд следующих **задач**:

- 1) уточнить понятие «составной абброконструкт»;
- 2) применить методику определения семантики простых абброконструктов к составным абброконструктам;
- 3) определить значения конкретных составных абброконструктов.

Под абброконструктом мы понимаем «конструкт аббревиатуры, сокращённый эквивалент какого-либо слова коррелирующего с ней словосочетания» [3, с. 16].

В процессе составления словаря были установлены модели эквивалентностных отношений для простых абброконструктов — частей основ эквивалентных слов, которые представляют собой монолитные сокращённые компоненты в составе аббревиатур. Однако в большинстве аббревиатурных групп, описываемых в Словаре, отмечаются единицы, которые включают в себя сразу несколько сокращённых конструктов, функционирующих как единый абброкомплекс. Эта сложная разновидность абброконструкта определяется как составной абброконструкт [1, с. 62].

Составной абброконструкт — это единый комплекс, состоящий не менее чем из двух неинициальных абброконструктов простого типа, представленных в одном сложносокращённом слове, например *авиахимобработка* — *авиахимическая обработка*, *авиационно-химическая обработка*, *авиационная химическая обработка*, *авиационная химобработка*; *автогидроподъёмник* — *автомобильный гидравлический подъёмник*, *автомобиль-гидроподъёмник*, *автомобильный гидроподъёмник*; *автомотоклуб* — *автомобильно-мотоциклетный клуб*, *клуб автомотоспорта*.

Определить семантику составных абброконструктов можно при помощи методики трактования семантики абброконструктов и соответствующих им прилагательных.

Мы предполагаем возможность использования интерпретативов для трактовки значения презентативного дешифровального стимула и соответствующего адъектива при помощи ономазиологического анализа, сопоставляя различные типы расшифровок, а также при помощи сопоставления различных презентативов по двум видам трактовки:

✓ «сложносокращённое слово» — «презентатив» — «интерпретатив»:

1. «сложносокращённое слово» — «презентатив» — «релятив», например *демпартия* — *демократическая партия* — *партия демократов*;
2. «сложносокращённое слово» — «презентатив» — «модификатив», например *демблок* — *демократический блок* — *блок демократических сил*;
3. «сложносокращённое слово» — «презентатив¹» — «презентатив²», например, *нефтецентр* — *нефтецентр* = *нефтяной центр* = *нефтедобывающий центр* (значение: *нефтяной* — осуществляющий *нефтедобычу*).

Применение данной методики для определения значений составных абброконструктов даёт следующие результаты:

- 1) *горавтопарк* — *городской автобусный парк-городской парк из автомобилей, городской парк из автобусов*, — «состоящий из автобусов/автомобилей»;
- 2) *госкапвложения* — *государственные капитальные вложения* — *капитальные вложения в государство* — «направленные в государство»;
- 3) *госрыбхоз* — *государственное рыбное хозяйство* — *рыбное хозяйство государства* — «принадлежащее государству»;
- 4) *госфинконтроль* — *государственный финансовый контроль* — *финансовый контроль в государстве* — «осуществляемый в государстве»;
- 5) *гослесфонд* — *государственный лесной фонд* — *лесной фонд в государстве* — «принадлежащий государству»;

6) *госрыбинспектор* — *государственный рыбинспектор* — *государственный инспектор рыбного хозяйства* — «осуществляющий контроль рыбного хозяйства»;

7) *облстатуправление* — *областное статистическое управление* — *областной комитет по статистике* — «осуществляющий статистические исследования»

8) *сельхозбизнес* — *сельскохозяйственный бизнес* — *бизнес в сельском хозяйстве, бизнес в сфере сельского хозяйства* — «осуществляемый в сельском хозяйстве/в сфере сельского хозяйства»;

9) *сельхозземля* — *сельскохозяйственная земля* — *земля для ведения сельского хозяйства, земля для нужд сельского хозяйства* — «отведённая для ведения сельского хозяйства/для нужд сельского хозяйства»;

10. *сельхозналог* — *сельскохозяйственный налог* — *налог на сельское хозяйство, налог на сельскохозяйственную продукцию* — «установленный на сельскохозяйственную продукцию»;

11. *сельхозобъект* — *сельскохозяйственный объект* — *объект в сельском хозяйстве* — «используемый в сельском хозяйстве»;

12. *сельхозпроект* — *сельскохозяйственный проект* — *проект для развития сельского хозяйства* — «разработанный для развития сельского хозяйства».

Вывод. С помощью методики определения значений абброконструктов были выделены оттеночные значения составных абброконструктов и расширены словарные статьи «Толкового словаря сложносокращённых слов русского языка».

ЛИТЕРАТУРА

1. Смирнова И. Р. О составном абброконструкте / И. Р. Смирнова // Вестник Донецкого национального университета. Серия Д: Филология и психология. — 2019. — № 2. — С. 62–70.
2. Теркулов В. И. Абброконструкт: принципы определения и описания // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики / В. И. Теркулов, И. Р. Смирнова. — 2022. — № 2. — С. 28–42
3. Теркулов В.И. Материалы к словарю терминов Экспериментальной лаборатории исследования тенденций аббревиации / В.И. Теркулов // Восточнославянская филология: сб. науч. тр. — Вып. 3(29). Языкознание. — Горловка: Изд-во ГИИЯ, 2016. — С. 13–24.

УДК 81'373.611

И. Р. Смирнова

*Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»
(Научн. рук. — д-р филол. наук, проф. В. И. Теркулов)*

КОМПЛЕКСНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА АББРОКОНСТРУКТА (НА ПРИМЕРЕ АББРОКОНСТРУКТА ЛЕС(О)-)

Ключевые слова: абброконструкт, сложносокращённое слово, дешифровальный стимул, абброквивалент, абброморфема, абброаффиксоид, гибридный абброконструкт.

Целью исследования является представление базовых принципов комплексного описания абброконструктов (далее — АК) русского языка на примере АК *лесо-*. АК представляет собой часть сложносокращённого слова, выступающую формальным эквивалентом той или иной лексемы, например, *лес(о)-* — *лесной: лесопромышленность* — *лесная промышленность*. Комплексная характеристика АК предполагает его описание в формальном, семантическом и деривационном аспектах.

Для этого необходимо: 1) охарактеризовать формальную специфику рассматриваемого АК; 2) выявить значения, свойственные АК *лес(о)-* в русском языке, а также определить особенности его семантической интерпретации при дешифровании; 3) установить, в каких функциональных воплощениях используется данный АК при словообразовании, а также обозначить словообразовательный статус, определяемый для него сопоставлением с различными формальными эквивалентами.

1. По месту, занимаемому в структуре сложносокращённого слова (далее — ССС), АК *лес(о)-* является препозитивным. По типу формальной структуры он является простым, однако также выступает компонентом составных АК: фузионных (*леспарк-*, *леспром-*, *лестранс-*), которые представляют собой единые абброкомплексы и могут подвергаться интегрированной дешифровке в пределах одной словоформы, например *леспаркхоз* — *лесопарковое хозяйство*, и агглютинативных (*гослес-*), являющихся результатом «нанизывания» простых атрибутивных АК, например *лесхоз* (*лесное хозяйство*) > *гослесхоз* (*государственное лесное хозяйство*), единиц.

По способу формального выражения рассматриваемый АК является вариантным по причине существования у него параллельных безынтерфиксной и интерфиксной форм: *лес-* (например, в слове *леспром*) и *лесо-* (например, в слове *лесопосев*). Интерфиксный вариант является более частотным и обнаруживается в 40 ССС рассматриваемой абброгруппы (совокупности слов с данным абброконструктом; далее — АГ), а безынтерфиксный вариант встречается в составе 8 ССС. С помощью интерфиксной формы образованы все частично сокращённые слова АГ *лес(о)-* (кроме слова *лесфонд*), в то время как во всех аббревиатурах слогового типа используется безынтерфиксный вариант *лес-* (*леском*, *лесфак* и т. д.).

II. По типу семантической интерпретации при дешифровании АК *лес(о)-* является несимультанным: в языке для него отмечаются регулярные эквиваленты, относящиеся к одному семантическому классу, среди которых лексемы *лесной*, *лесопильный*, *лесотехнический*, *лесопромышленный* и др., а также словосочетания *лесные ресурсы*, *лесная культура*, *лесное хозяйство* и др.

На основании анализа всех стереотипных вариантов его дешифровки, или дешифровальных стимулов, можно заключить, что к нему чаще всего применяется презентативная трактовка (с помощью адъектива *лесной*), однако осуществляются также релятивная — с помощью разных форм субстантива *лес* (*леса*, *лесов*, *от леса*), который используется при интерпретации АК в двух основных значениях: *лес*¹ — множество дикорастущих деревьев, расположенных на большом пространстве, представляющее собой единую экосистему, например *лесозащита* — *защита леса*, *защита лесов*; *лесоочистка* — *очистка от леса*; *лес*² — древесный материал строительного и промышленного назначения, например *лесопогрузка* — *погрузка леса*, и модификативная (с помощью лексем *лесообрабатывающий*, *лесозаготовительный*, *лесные ресурсы*, *лесное хозяйство* и др.) трактовки.

Соответствие развёрнутым эквивалентам формирует у АК *лес(о)-* следующую понятийную сферу: 1) находящийся в *лесу*¹ (*лесоделанка* — *лесная деланка*); 2) связанный с защитой *леса*¹ от вредных факторов (*лесная охрана* — *лесоохрана*); 3) относящийся к *лесу*² (*лесные материалы* — *лесоматериалы*); 4) осуществляющий руководство лесопромышленностью (*лесной комитет* — *леском*); 5) осуществляющий подготовку специалистов в области лесопромышленности (*лесная академия* — *лесоакадемия*); 6) связанный с транспортировкой, куплей и продажей лесоматериалов (*лесная биржа* — *лесобиржа*) и т. д.; 7) занимающийся переработкой *леса*² (*лесо завод* — *завод по переработке леса*); 8) осуществляемый путём лесоразведения (*лесомелиорация* — *лесная мелиорация*); 9) осуществляющий распилку *леса*² (*лесо завод* — *лесопильный завод*); 10) относящийся к лесной промышленности (*лесо завод* — *лесопромышленный завод*); 11) осуществляющий переработку *леса*² (*лесо завод* —

лесоперерабатывающий завод; лесокombинат — комбинат по переработке леса); 12) осуществляющий обработку леса² (*лесозавод — лесообрабатывающий завод*); 13) осуществляющий заготовку леса² (*лесопункт — лесозаготовительный пункт*); 14) относящийся к отрасли лесного хозяйства (*лесозавод — лесохозяйственный факультет*); 15) направленный на возвращение леса, лесных культур (*лесопосев — посев лесных культур*) и т. д.

III. Роль абброконструкта как словообразовательного средства предполагает его использование в одном из следующих воплощений: абброэквивалент — АК, выступающий в ССС заместителем «подвергшихся сокращению слов исходных словосочетаний» [3, с. 129]; абброморфема — АК, присоединяемый к слову в «готовом» виде; 3) абброаффиксоид — «упрощенная» разновидность абброморфемы, не имеющая текстовых эквивалентов [1, с. 29]. На основании анализа деривационных связей ССС с АК *лес(о)-* и их эквивалентов было установлено, что он выступает в качестве абброэквивалента в словах *лесорубка, лесфак* и др., в качестве абброморфемы — в словах *лесосплав, лесопункт* и др., в качестве абброаффиксоида — в словах *лесозачистка, лесобанда* и др.

Установление деривационного статуса АК опирается на трактовку, которая придаётся ему сопоставлением с его эквивалентами. Так, собственно аббревиатурный конструкт равен части основы эквивалента, например *информбюро — информационное бюро*; абброконструкт, при сопоставлении с некоторыми эквивалентами равный основе или целому слову, является гибридным (см. [2]), как, например, АК *лес(о)-*, который соответствует как части основы одних эквивалентов (*лесоделанка — лесная деланка*), так и основе других (*лесоистребление — истребление лесов*), в силу чего к нему применяется не только аббревиатурная, но и композитная трактовка.

ЛИТЕРАТУРА

1. Емельянова К. Ю. Аффиксоидные квазиаббревиатуры в деривационно-эквивалентностном подходе к анализу сложносокращённых слов / К. Ю. Емельянова, В. И. Теркулов // Донецкие чтения 2017: Русский мир как цивилизационная основа научно-образовательного и культурного развития Донбасса: Материалы Международной научной конференции студентов и молодых ученых. Посвящена 80-летию ДонНУ, Донецк, 17–20 октября 2017 года / Под общей редакцией С.В. Беспаловой. — Т. 4. — Донецк: Донецкий национальный университет, 2017. — С. 27–29.
2. Рязанова В.А. Дешифровальный стимул и дешифровальная матрица мутантной группы: модель описания / В. А. Рязанова // Русский язык в поликультурном мире: I Международный симпозиум (8–12 июня 2017 г.) / отв. ред. Е.Я. Титаренко: Сб. науч. статей. В 2-х т. Т. 2 — Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2017. — С. 198–204.
3. Теркулов В.И. Типология сокращенных компонентов аббревиатур / В. И. Теркулов // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. — 2015. — № 3(98). — С. 127–134.

УДК: 81

А. К. Сытник

*Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»
(Научн. рук. — д-р филол. наук, проф. В. И. Теркулов)*

МНОЖЕСТВЕННАЯ ЭКВИВАЛЕНТНОСТЬ КАК ОТРАЖЕНИЕ ТЕКСТОВОЙ ПОЛИСЕМИИ АББРЕВИАТУРЫ

Ключевые слова: *аббревиация, гнездо эквивалентности, синхронная эквивалентность, множественная эквивалентность, текстовая полисемия.*

Сложносокращённое слово является «единицей, связанной мотивационными отношениями со словосочетанием и содержащей в своём составе эквиваленты не менее двух компонентов этого словосочетания, как минимум один из которых является неинициальным аббревиационным конструктом» [1, с. 74]. Синхронный подход к трактовке аббревиации базируется на представлении о том, что на синхронном срезе языка сложносокращённым является слово, имеющее текстовые эквиваленты, т.е. словосочетания, которые употребляются как абсолютные синонимы (дублеты) аббревиатуры в эквивалентных текстах и включают в свой состав компоненты, воспринимаемые носителями языка как эквиваленты её конструктов.

Анализ эквивалентных текстов показал, что часто аббревиатуре соответствует не один, а несколько дублетных эквивалентов. Например, для аббревиатуры *автодеталь* были отмечены такие дублеты: *деталь для авто, автомобильная деталь, деталь для автомобилей, деталь авто, деталь автомобиля, деталь на автомобиле, деталь автомобилей, деталь для автомобиля* и др. На основании констатации такой дублетной множественности мы говорим о существовании не аббревиатурных словообразовательных пар, а аббревиатурных гнезд эквивалентности. Представляется возможным обнаруженные эквиваленты рассмотреть как систему, где компоненты связаны различными парадигматическими и синтагматическими отношениями, то есть гнездо эквивалентности определить как семантическое поле.

Семантическое поле в гнезде эквивалентности констатирует возможность разной текстовой интерпретации референта, т.е. объекта внеязыковой действительности, подразумеваемого автором конкретного речевого отрезка.

В гнезде эквивалентности *автодеталь* отмечаются:

1. Эквиваленты со значением посессивности, т. е. с общей семантикой принадлежности автомобилю: *деталь автомобилей, деталь автомобиля, деталь авто*. В этом случае подразумеваются детали, уже установленные на автомобиль: *Далее кузов автомобиля полируется со специальными составами и восстанавливается первоначальный блеск кузовных деталей. В самом конце процесса полировки **автодеталь** покрывается специальным защитным составом — Если царапина на кузове машины проникает глубже и доходит до краски или даже до металла, то **деталь автомобиля** нуждается в более сложном ремонте* [<https://kuzovnoy-na-volgogradskoy.ru/services/7/>].

2. Эквиваленты с дестинативным значением, где реализуется семантика 'предназначенный для автомобиля': *деталь для автомобилей, деталь для автомобиля, деталь для авто, деталь для автомашин: Мы предоставляем 3Д печать **деталей для автомобиля** любой сложности* [<https://npp-asti.ru/blog/3d/>].

3. Эквивалент *деталь в авто*, имеющий локативно-дестинативное значение, указывающий на то, что деталь предназначена для установки внутрь автомобиля: *5 **деталей в авто**, которые нужно менять, не дожидаясь ТО: воздушный фильтр, ремень ГРМ, шаровые опоры, тормозные колодки, масло в коробке передач* [<https://avtoto.com.ua/blog/poleznye-sovety-avtovladelcam/gde-luchshe-kupit-avtozapchasti.html>].

4. Эквиваленты с семантикой присоединения: *деталь к автомобилю, деталь к авто, деталь к автомобилям: Самым удобным и надежным способом точно подобрать **деталь к автомобилю**, чтобы она подошла как «родная», является вариант использования вин-номера...* [<https://razbor66.ru/news/724>].

5. В эквивалентах *деталь на автомобиле, деталь на автомобиль, деталь на авто* обнаруживается семантика целевого назначения, но оно не имеет такого узкого значения «внутри», какое имеет локативно-дестинативное с предлогом «в»: *Так что*

кузовные **автомобили**, производимые в Тайване, соответствуют всем техническим нормам и параметрам автомобилей — Соотношение цена/качество кузовных **деталей на автомобили** [<https://bodyparts.com.ua/sootnoshenie-tsenakachestvo-kuzovnykh-detalei-na-avtomobili>].

Таким образом, поле *автомобиль* представляет собой совокупность лексических элементов, которые связаны между собой парадигматическими отношениями. Каждая парадигма позволяет нам выявить общие и дифференцированные семантические характеристики, входящих в нее языковых единиц. Но в эквивалентных текстах, несмотря на эти различия, эквиваленты продолжают указывать на один и тот же референт — автомобиль — и передавать основное заложенное в него значение («функциональная часть автомобиля, механизма или прибора, изготовленная из однородного материала без применения каких-либо сборочных операций»). Так, различные текстовые трактовки являются не омонимичными значениями слова, а только проявлением допустимых языком возможностей интерпретации аббревиатуры. Сохранение тождества референта и тождества сигнификативного значения позволяет считать эквивалентные трактовки отражением интерпретационной полисемии слова.

ЛИТЕРАТУРА

1. Теркулов В.И. Сложносокращённые слова: синхронный и диахронный аспекты описания / В.И. Теркулов // Вестник Московского университета. — Серия 9: Филология. — 2017. — № 6. — С. 73–97.

УДК 81'373.611

К. Ю. Емельянова

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»
(Научн. рук. — д-р. филол. наук, проф. В. И. Теркулов)

АББРЕВИАТУРНО-КВАЗИАББРЕВИАТУРНОЕ ГНЕЗДО ЭКВИВАЛЕНТНОСТИ В СИНХРОНИИ И ДИАХРОНИИ²

Ключевые слова: сложносокращённое слово, текстовые эквиваленты, гнездо эквивалентности, квазиаббревиатурное гнездо эквивалентности, аббревиатурно-квазиаббревиатурное гнездо эквивалентности, псевдоунивербализация.

В теории Экспериментальной лаборатории исследований тенденций аббревиации (далее — Лаборатория) при кафедре русского языка Донецкого государственного университета под **гнездом эквивалентности** сложносокращённого слова понимается «совокупность единиц, прямо или опосредованно связанных деривационными отношениями с аббревиатурным словом» [1, с. 17]. Например, гнездо эквивалентности сокращения *этносознание* образуют такие словосочетания, как *этническое сознание, сознание этноса, сознание этнической общности, сознание этнической группы, сознание этносов, сознание этнических групп, сознание этнических общностей*.

Новым понятием в теории Лаборатории является **квазиаббревиатурное гнездо эквивалентности** — совокупность единиц, сформированных в результате

² Исследование проводилось по теме государственного задания «Структурно-функциональные параметры существования и развития русского языка XX-XXI столетий в его региолектном и общезыковом аспектах» (№ госрегистрации НИОКТР 124051400024-1).

развёртывания аббревиатурного слова в словосочетание с тождественным значением (процесс псевдоунивербализации) и деривационно связанных с собственно аббревиатурами и квазиаббревиатурами. Под собственно аббревиатурами (абброэквивалентные аббревиатуры) понимаются сложносокращённые слова, которые были образованы в результате свёртывания словосочетания: *энергетическая ценность* > *энергоценность*, *юридическая академия* > *юракадемия*, *ядовитая смесь* > *ядосмесь* и др. Под квазиаббревиатурами (абброморфемные квазиаббревиатуры) понимаются сокращения, которые появились вследствие присоединения абброконструкта (сокращённого компонента) к слову: *энерго- + трасса* > *энерготрасса*, *юр- + информация* > *юринформация*, *ядо- + химикат* > *ядохимикат* и др. В результате псевдоунивербализации квазиаббревиатуры разворачиваются во вторичные текстовые эквиваленты: *энерго- + трасса* > *энерготрасса* > *энергетическая трасса*, *юр- + информация* > *юринформация* > *юридическая информация*, *ядо- + химикат* > *ядохимикат* > *ядовитый химикат*. Собственно аббревиатуры благодаря псевдоунивербализации также получают вторичные дублеты: рассматриваемое выше сложносокращённое слово *этносознание* имеет первичный эквивалент *этническое сознание* и вторичные эквиваленты *сознание этноса*, *сознание этнической общности*, *сознание этнической группы*, *сознание этносов*, *сознание этнических групп*, *сознание этнических общностей*. Таким образом происходит формирование множественной текстовой эквивалентности.

Изначально понятие «гнездо эквивалентности» объединяло все единицы, которые считались текстовыми эквивалентами сложносокращённого слова, при этом не учитывался деривационный статус словосочетаний, то есть в него включались как первичные эквиваленты, так и вторичные дублеты. Внедрение в теорию Лаборатории понятия «квазиаббревиатурное гнездо эквивалентности» позволило разграничить единицы, от которых образуются аббревиатуры, то есть первичные словосочетания, и единицы, которые сами образуют квазиаббревиатуры, то есть вторичные словосочетания. Однако теперь за пределами понятий «гнездо эквивалентности» и «квазиаббревиатурное гнездо эквивалентности» остаются сокращения, у которых имеется первичный дублет и ряд вторичных, то есть абброэквивалентные аббревиатуры. Для таких случаев предлагается ввести понятие «аббревиатурно-квазиаббревиатурное гнездо эквивалентности». Так, аббревиатурно-квазиаббревиатурное гнездо эквивалентности слова *экоконтроль* составляют первичный эквивалент *экологический контроль* и вторичные дублеты *контроль в области экологии*, *контроль экологии*, *контроль по экологии*, *контроль в сфере экологии*, *контроль экологии*, *контроль в области экологической безопасности*, *контроль в экологической сфере*, *контроль экологической безопасности*, *контроль в сфере экологической безопасности*.

Введение аббревиатурно-квазиаббревиатурного гнезда эквивалентности позволит создать классификацию гнёзд эквивалентности. Гиперонимом является понятие «гнездо эквивалентности», которое включает гипонимы «квазиаббревиатурное гнездо эквивалентности» и «аббревиатурно-квазиаббревиатурное гнездо эквивалентности». Гнездом эквивалентности могут считаться объединения всех единиц вне зависимости от деривационного статуса текстовых дублетов. Это область синхронии, и здесь рассматриваются только эквивалентностные отношения. Квазиаббревиатурное и аббревиатурно-квазиаббревиатурное гнёзда эквивалентности относятся к области диахронии, где учитываются отношения не эквивалентности, а производности. Например, сложносокращённое слово *эконадзор* является абброэквивалентной аббревиатурой, поскольку было образовано от словосочетания *экологический надзор*, однако вследствие псевдоунивербализации оно приобретает такие вторичные

эквиваленты, как *надзор в сфере экологии*, *надзор в области экологии*, *надзор в области экологической безопасности*, *надзор в экологии*, *надзор в сфере экологической безопасности*, *надзор за экологической безопасностью*. Первичный эквивалент и вторичные дублиеты образуют гнездо эквивалентности сокращения. Также эти словосочетания формируют аббревиатурно-квазиаббревиатурное гнездо эквивалентности рассматриваемого слова. С другой стороны, сокращение *термоустойчивость* появилось в результате присоединения абброконструкта *термо-* к слову *устойчивость*. Далее образованная квазиаббревиатура разворачивается во вторичные эквиваленты *термическая устойчивость*, *термодинамическая устойчивость*, *термоокислительная устойчивость*, *термомеханическая устойчивость*, *термальная устойчивость*, которые формируют гнездо эквивалентности и квазиаббревиатурное гнездо эквивалентности рассматриваемого слова.

Таким образом, введение понятия «аббревиатурно-квазиаббревиатурное гнездо эквивалентности» позволяет разграничивать два подхода к анализу отношений между сложносокращённым словом и эквивалентным ему словосочетанием — синхронный и диахронный.

ЛИТЕРАТУРА

1. Теркулов В. И. Материалы к словарю терминов Экспериментальной лаборатории исследования тенденций аббревиации / В. И. Теркулов // Восточнославянская филология. Языкознание. — 2016. — № 3. — С. 13–25.

УДК 81

Д. Д. Абдуева

*Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»
(Научн. рук. — д-р. филол. наук, проф. В. И. Теркулов)*

АББРЕВИАТУРНАЯ ПАРАДИГМА: К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ

Ключевые слова: *аббревиатурная парадигма, абброконструкт, аббревиатурные группы, гнездо эквивалентности.*

Целью исследования является определение и описание особенностей категории «аббревиатурная парадигма», объединяющей слова с абброконструктами, относящимися к одной лексико-семантической группе.

Материалом исследования выступают 873 слова из аббревиатурных групп *авиа-*, *авто-*, *мото-*, *вело-*.

Аббревиатурная парадигма (АП) — это совокупность слов, которые имеют семантически сходные дешифровальные признаки. В аббревиатурную парадигму с абброконструктивной семантикой «средство передвижения» мы объединяем слова, связанные гиперо-гипонимическими отношениями.

Абброконструкт определяется как часть аббревиатуры, которая представляет собой сокращённый эквивалент какого-либо слова.

Под **гнездом эквивалентности (ГЭ)** понимается совокупность актуально сосуществующих словосочетаний, связанных отношениями мотивационной эквивалентности с аббревиатурой.

Выделение АП позволяет нам говорить о **двух уровнях прогнозирования**:

1. Первый путь прогнозирования предполагает поиск аббревиатур по направлению к базису: сложносокращенные слова с определенным абброконструктом предполагают существование слов с таким же базисом в группах, относящихся к той же АП: например, слово *автоперевозки*, входящее в абброгруппу *авто-* и имеющее базис *перевозки*, предполагает существование слов *велоперевозки*, *мотоперевозки*, *авиаперевозки* и т. д.

2. Второй путь прогнозирования построен на основе сопоставления ГЭ слов с семантически схожими абброконструктами. Такой подход позволяет предположить существование слов с одинаковыми структурными эквивалентами. Например, в ГЭ слова *автогонки* входит эквивалент *гонки на автомобилях*. Такой же структурный эквивалент можно предположить для слова, например, с конструктором *VELO*: *велогонки* — *гонки на велосипедах*.

Выделение АП как отдельной категории позволяет предположить, что в аббревиатурных группах, в которых абброконструкты относятся к одной аббревиатурной парадигме, потенциально может быть одинаковый набор дешифровальных стимулов (ДС). Под ДС понимается «слово или сочетание слов, которое является эквивалентом абброконструкта и может быть использовано для его замены в эквивалентном словосочетании» [1, с.16].

В пределах одной АП были выявлены следующие наиболее частотные формальные модели эквивалентности:

1. **Прил1ед+Сущ1ед=ЧоснПрил1ед+Сущ1ед**: *авиаавария* — *авиационная авария*; *автоавария* — *автомобильная авария*; *VELOавария* — *велосипедная авария*; *мотоавария* — *мотоциклетная авария*.

2. **Сущ1ед+Сущ2ед=ЧоснСущ2ед+Сущ1ед**: *авиабаза* — *база авиации*; *автобаза* — *база автомобилей*; *мотобаза* — *база мотоциклов*; *VELOбаза* — *база велосипедов*.

3. **Прил1мн+Сущ1мн=ЧоснПрил1мн+Сущ1мн**: *авиазапчасти* — *авиационные запчасти*; *автозапчасти* — *автомобильные запчасти*; *мотозапчасти* — *мотоциклетные запчасти*; *VELOзапчасти* — *велосипедные запчасти*.

4. **Сущ1ед+Предл+Сущ2ед=ЧоснСущ2ед+Сущ1ед**: *авиадеталь* — *деталь для авиации*; *автодеталь* — *деталь для автомобиля*; *VELOдеталь* — *деталь для велосипеда*; *мотодеталь* — *деталь для мотоцикла*.

При сопоставительном анализе обнаруживается, что сложносокращенные слова в пределах одной АП имеют неодинаковую степень совпадения ДС:

➤ Сложносокращенные слова, ДС которых по структуре идентичны: **авиаиндустрия** — *авиационная индустрия, индустрия авиации*; **VELOиндустрия** — *велосипедная индустрия, индустрия велосипедов*; **мотоиндустрия** — *мотоциклетная индустрия, индустрия мотоциклов*.

➤ Сложносокращенные слова, ДС которых совпадают частично: **авиамастерская** — *авиационная мастерская, авиаремонтная мастерская*; **автомастерская** — *авторемонтная мастерская, автомобильная мастерская, мастерская по ремонту автомобилей, мастерская по ремонту авто, мастерская по обслуживанию автомобилей, мастерская по ремонту и обслуживанию автомобилей, мастерская авторемонта, мастерская автомобилей*; **VELOмастерская** — *велосипедная мастерская, мастерская по ремонту велосипедов, мастерская велосипедов, мастерская для велосипедов*; **мотомастерская** — *мотоциклетная мастерская, мастерская по ремонту и обслуживанию мотоциклов, моторемонтная мастерская, мастерская для ремонта мотоциклов*. Большинство сложносокращенных апеллятивов в исследуемой АП характеризуются такой степенью совпадения ДС.

В пределах АП эквиваленты в гнездах разных компонентов могут совпадать, но иметь разную частотность. Так слова *авиационная база, автомобильная база, велосипедная база, мотоциклетная база* имеют следующие индексы частотности соответственно: 10; 30; 0,01; 10.

Если в одной аббревиатурной группе существует слово определенной структуры, выражающее определенное значение, слово с тождественной структурой может быть и в других группах (если существует сложносокращенный апеллятив *автоавария*, можно предположить существование таких слов, как *авиаавария, велоавария, мотоавария*). При этом следует отметить, что в составе АП, как правило, присутствуют лакунарные позиции. Так, например, существование слов *автокатастрофа* и *авиакатастрофа* в значении «происшествие, приведшее к разрушению или повреждению транспортного средства», дает возможность по аналогии предположить существование слов *мотокатастрофа* и *велокатастрофа*, однако данные слова, рассмотренные при помощи поисковой машины Google, встречаются крайне редко: *велокатастрофа* — 188 раз; *мотокатастрофа* — 306 раз и являются окказиональными.

Результаты исследования могут быть использованы в работах по исследованию семантики аббревиатур, механизмов формирования аббревиатурных отношений, а также при работе над «Толково-словообразовательным словарём сложносокращённых слов русского языка», осуществляемой Экспериментальной лабораторией исследования тенденций аббревиации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Теркулов В.И. Сложносокращённые слова: синхронный и диахронный аспекты описания / В. И. Теркулов // Вестник Московского университета. — 2017. — № 6. — С. 73–97.

УДК: 81

А. В. Чистоклетова

*Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»
(Научн. рук. — д-р. филол. наук, проф. В. И. Теркулов)*

АББРЕВИАТУРНЫЕ ПАРАДИГМЫ В СЛОВНИКЕ ТОЛКОВОГО СЛОВАРЯ СЛОЖНОСОКРАЩЕННЫХ СЛОВ РУССКОГО ЯЗЫКА³

Ключевые слова: *аббревиатурная группа, аббревиатурная парадигма, аббревиатурно-ономасиологическое поле, лексико-семантическая группа, ономасиологический класс.*

Цель работы — описание аббревиатурных парадигм (далее — АП), представленных в словнике Толкового словаря сложносокращённых слов русского языка. АП — «совокупность аббревиатурных групп с абброконструктами, входящими в одно аббревиатурно-ономасиологическое поле» (далее — АОП) [3, с. 91].

Аббревиатурная группа (далее — АГ) — объединение сложносокращённых слов (далее — ССС) с одинаковым абброконструктом (далее — АК). ССС — аббревиатура, связанная «мотивационными отношениями со словосочетанием и содержащая в своём составе эквиваленты не менее двух компонентов этого словосочетания, как минимум

³ Исследование проводилось по теме государственного задания «Структурно-функциональные параметры существования и развития русского языка XX-XXI столетий в его региолектном и общезыковом аспектах» (№ госрегистрации НИОКТР 124051400024-1).

один из которых является неинициальным (слоговым) аббревиационным конструктом» [4, с. 74]. Например, слова *VELO*аксессуары, *VELO*мотор, *VELO*площадка и под. имеют одинаковый АК *VELO*-, на основании чего входят в АГ «*VELO*».

Объектом исследования являются АП «*агро-сельхоз*», «*зоо-вет*», «*авто-мото-VELO*» и «*зам-пом*» и входящие в них АГ и ССС, а предметом — отношения синонимии между всеми их компонентами. Материалом для исследования стали 5732 аббревиатуры.

Научная новизна: в работе впервые дано описание АП как объединений связанных между собой отношениями синонимии ССС.

АГ, объединённые одной АП, входят в одно **АОП**, понимаемое нами как объединение ССС, базисные компоненты которых относятся к одной лексико-семантической группе (далее — ЛСГ). ЛСГ — «группа слов, объединяемых общностью категориально-родовой семы (архисемы) и общностью частеречной отнесенности» [2]. Они, в свою очередь, подразделяются на ономаσιологические классы (далее — ОК). ОК — «объединение однотипных единиц для обозначения однотипных реалий. Это такая совокупность номинатов, в которой единый тип представленности знаний реализован в одном грамматическом классе единиц одинаковым структурным способом» [1, с. 55].

АП «*агро-сельхоз*» принадлежит к АОП «сельское хозяйство». Оно включает 13 ЛСГ: «названия объединений людей», «лицо», «пространственный объект», «объект», «действие», «финансовый объект», «живой организм», «отрасль», «сфера деятельности», «информация», «величина», «проблема», «единица измерения времени». Самые частотные из них: «названия объединений людей» — 67 ССС (*агрофирма*, *сельхозинститут* и др.), «объект» (*агротранспорт*, *сельхозинструмент* и др.) и «действие» (*агропропаганда*, *сельхозпроизводство* и др.) — по 54 ССС. В структуре данной АП нами было выделено 29 ОК. Самые частотные из них: «объединение объектов» (*агроавиация*, *сельхозоборудование* и др.) — 31 ССС, «деятельность» (*агробизнес*, *сельхознадзор* и др.) — 26 ССС.

АП «*авто-мото-VELO*» принадлежит к АОП «транспортное средство». Оно включает 8 ЛСГ: «объект», «лицо», «пространственный объект», «названия объединений людей», «действие», «отрасль», «временной объект», «информация». Самые частотные: «объект» — 877 ССС (*автоэвакуатор*, *VELOкуртка* и др.), «действие» (*автогонки*, *мотоэкспедиция* и др.) — 404 ССС, и «названия объединений людей» (*VELOклуб*, *мотосалон* и др.) — 234 ССС. В структуре данной АП нами было выделено 25 ОК. Самые частотные: «приспособление» (*автосигнализация*, *VELOпереключатель* и др.) — 552 ССС, и «объединение объектов» (*VELOинвентарь*, *мотоаксессуары* и др.) — 145 ССС.

АП «*зам-пом*» (*заместитель-помощник*) принадлежит к АОП «помощник». Оно включает всего 1 ОК, в который входит 56 ССС, и, соответственно, 1 ЛСГ — «лицо» (*замглавы*, *помпрокурора* и др.).

АП «*зоо-вет*» принадлежит к АОП «зоология». Оно включает 9 ЛСГ: «деятельность», «объект», «названия объединений людей», «пространственный объект», «отрасль», «живой организм», «состояние», «информация» и «лицо». Самая частотная — «названия объединений людей» (*зоотехникум*, *ветлечебница* и др.): 38 ССС. В структуре данной АП нами было выделено 18 ОК. Самые частотные: «учреждение» (*зоомагазин*, *ветполиклиника* и др.) — 29 ССС, «лицо» (*ветврач* и др.) — 10 ССС.

Одной из ключевых характеристик АП является синонимия входящих в нее ССС. В рассматриваемых АГ отмечается большое количество пар слов, имеющих одинаковый базис (та часть ССС, которая не соответствует АК). Наличие в этих словах

АК, входящих в одно АОП, дает основание предположить их синонимичность, что делает возможной их тождественную трактовку. Например, в паре *агроинструмент* — *сельхозинструмент* (базис *инструмент*) оба ССС имеют одно и то же значение — «ручное орудие, предназначенное для выполнения сельскохозяйственных работ». Всего в рассматриваемых АП нами было выделено следующее количество таких ССС:

1. АП «агро-сельхоз»: 148 ССС — 57% от общего числа входящих в нее ССС;
2. АП «авто-мото-вело» (*автомодель* — *веломодель* — *мотомодель* и др.): 863 ССС — 46% от общего числа;
3. АП «зам-пом» (*замдиректора* — *помдиректора* и др.): 15 ССС — 27% от общего числа;
4. АП «зоо-вет» (*зоомагазин* — *ветмагазин*): 14 ССС — 17% от общего числа.

Таким образом, нами было установлено, что АП представляет собой объединение ССС с синонимичными АК. Синонимию АК отражает их вхождение в одно АОП, которое является объединением ЛСГ ССС, подразделяющихся на ОК. ССС, входящие в одну АП и имеющие одинаковый базис, могут трактоваться как абсолютные синонимы. В ходе работы была дана характеристика АП «агро-сельхоз», «авто-мото-вело», «зам-пом» и «зоо-вет», определена принадлежность их к АОП, выделены входящие в них ЛСГ и ОК.

ЛИТЕРАТУРА

1. Блюмина О. В. Субстантивные композиты со значением процессуальности в русском языке: дис. ... канд. филол. наук / О. В. Блюмина. — Горловка, 2010. — 168 с.
2. Рублева О. Л. Лексикология современного русского языка / О. Л. Рублева. — Режим доступа: <http://bookbk.net/book/140-leksikologiya-sovremennogorusskogo-yazyka-o-l-rubleva/30-224-leksiko-semanticheckie-i-tematicheskije-gruppy-slov.html>
3. Теркулов В.И. Парадигматика сложносокращённого слова как средство прогнозирования эквивалентностных отношений / В.И. Теркулов // Русистика. — 2023. — Т. 21. № 1. — С. 79–96.
4. Теркулов В.И. Сложносокращённые слова: синхронный и диахронный аспекты описания / В.И. Теркулов // Вестник Московского университета. — Серия 9: Филология. — 2017. — № 6. — С. 73–97.

Литература и лингвистический анализ художественного текста

Литература и лингвистический анализ художественного текста

УДК 81'42

Д. А. Калмыкова © 2025

*Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»
(Научн. рук. – канд. филол. наук М. Н. Панчехина)*

ЛЕКСИКА СО ЗНАЧЕНИЕМ «НАРОДНЫЙ КОСТЮМ» КАК ОТРАЖЕНИЕ КУЛЬТУРЫ БЫТА В ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЯХ Н.В. ГОГОЛЯ

Ключевые слова: лексика, бытовая лексика, народный костюм, Н.В. Гоголь.

Лексика, связанная с народным костюмом, в произведениях Н.В. Гоголя играет значительную роль в отражении культуры быта и менталитета народа. В его текстах можно выделить несколько ключевых аспектов, касающихся народного костюма и его связи с национальной идентичностью [1]. Лексика со значением «народный костюм» несет в себе определенные смысловые категории [2]:

- Визуализация образа. Автор часто использует детализированные описания народного костюма, чтобы создать живую картину жизни своего времени.
- Символика элементов. Каждый элемент народного костюма может нести определенный символический смысл. В его произведениях костюм становится отражением внутреннего мира героев, их происхождения и места в обществе. Яркие цвета и богатая отделка могут означать благосостояние и статус, в то время как скромные, простые одежды могут указывать на бедность и скромность жизни.
- Культурные традиции. Через описания нарядов и традиций их ношения, Н.В. Гоголь передает важные аспекты народной культуры, обычаев и верований, что помогает читателю глубже понять народную психологию и образ жизни.
- Социальная критика. Автор использует народный костюм для иронии и сатиры. Так, его персонажи могут носить нелепые наряды, что подчеркивает их трусость или лицемерие, что служит критикой общественных пороков.
- Динамика изменений. В произведениях Н.В. Гоголя можно увидеть, как народный костюм изменяется с течением времени, отражая исторические и социальные изменения, что позволяет наблюдать за трансформацией народной культуры и идентичности.

Лексика, связанная с понятием «народный костюм», в произведениях Н.В. Гоголя служит мощным отражением культуры быта различных слоев общества [3]. Народный костюм выступает как элемент декорации и как символ культурной идентичности. Автор использует детализированные описания национальной одежды для создания образа народа, его традиций и обычаев. Эти элементы становятся неотъемлемой частью его персонажей, подчеркивая их характер, социальное положение и внутренний мир, насыщенный локальными деталями провинции. Так автор через призму народного

костюма поднимает важные вопросы о национальном самосознании, происходящих изменениях в обществе и влиянии культурных контекстов на индивидуальную судьбу. Также в творчестве Н.В. Гоголя народный костюм не только отражает эпоху и быт, но и служит метафорой или символом, раскрывая психологию и суть героев. Лексика, связанная с народным костюмом в произведениях Н.В. Гоголя, является важным инструментом для понимания культурного контекста. Нельзя недооценивать и роль «народного костюма» в создании атмосферы праздника и волшебства. Описание вышитых *рушников, поясов, лент* [4], которыми украшают себя герои на святки или свадьбу, подчеркивает торжественность момента, добавляет красок в общую картину народных гуляний. Одежда становится своего рода символом принадлежности к общине, знаком отличия между «своими» и «чужими». Гоголь использует лексику со значением «народного костюма», чтобы донести читателю свои симпатии и антипатии к тому или иному персонажу.

В целом, лексика народной одежды несет функции этнографической характеристики персонажей и создания особого художественного мира, полного народных традиций, юмора и волшебства. Она становится одним из ключевых элементов гоголевской поэтики, обеспечивая неповторимый колорит и узнаваемость произведения.

Приведем примеры из художественных произведений Н.В. Гоголя:

1. В произведении «Вий» Н.В. Гоголь описывает народные костюмы, когда говорит о внешности ведьмы и деревенских жителей. Например, на персонаже можно увидеть *темную одежду и платок на голове* [4], что сразу вызывает ассоциации с традиционным русским образом. Костюмы служат для обозначения социального статуса персонажа и создают атмосферу мистики и тайны. Здесь цвет и форма одежды несут символическое значение и помогают передать идеи мира, переполненного народными верованиями и страхами.

2. В произведении «Мертвые души» внимание к народным костюмам проявляется через описание различных социальных слоев и персонажей. Например, Н.В. Гоголь описывает помещиков в их *разодранных сюртуках*, а крестьян – в *потертой одежде* [4]. Такие детали помогают создавать яркий коллективный портрет русского общества. Лексика, связанная с национальной одеждой, подчеркивает социальные контрасты: помещики одеты с напыщенной вычурностью, в то время как крестьяне одеваются скромно. Автор также использует одежду как символ, подтверждающий лицемерие и фальшь общества с целью произвести впечатление и скрыть свои истинные намерения. Их наряды становятся масками, за которыми скрываются корыстные цели и моральная пустота, они служат средством манипуляции и обмана, подчеркивая абсурдность и комичность человеческих отношений.

3. В «Ревизоре» Гоголь также использует описание одежды. Когда Хлестаков появляется в своем *городском костюме* [4], что подчеркивает его статус и амбиции. *Костюм* в данном контексте становится символом ложного благосостояния, не соответствующего внутреннему миру персонажа. Автор мастерски иронизирует над представителями общества, которые придают слишком большое значение внешнему виду, забывая о внутренней сути.

4. В рассказе «Шинель», сама *шинель* [4] занимает особое место и означает «стремление к мирной жизни», символизирующей надежды и жизненную цель героя. Главное произведение, в котором народный костюм превращается в символ надежд и душевного кризиса. Для героя *шинель* – это смысл жизни, ее покупка означает новый этап в жизни, а утрата шинели осознается как утрата смысла бытия.

5. В романе «Тарас Бульба» *кафтан* и *шаровары* [4] народный костюм, который подчеркивает отличительные черты запорожцев: *кафтаны, шаровары, мазки желтые чоботы* [4]. Тарас Бульба через свой костюм отождествляется с духом вольности и

борьбы за запорожскую землю. Также, описания *свиток, жупанов, шапок, сапог и платков* выполняют несколько функций – создают народный колорит быта начала XIX века, погружая читателя в историческую реальность. В произведениях автора мужчины и девушки щеголяют в ярких нарядах, подчеркивая молодость и жизнерадостность, а старшие носят более скромную одежду

Лексика Н.В. Гоголя, обозначающая народный костюм, многозначна. Она описывает внешний вид персонажей и служит потенциалом для иронии, социальной критики и выявления характерных черт героев [5]. Лексика со значением «народный костюм» вносит вклад в формирование образа запоминающегося колоритного народа. Таким образом, лексика, имеющая отношение к народному костюму, занимает центральное место в творчестве Н.В. Гоголя и помогает создать многослойные, насыщенные образы, отражающие реалии XIX века, позволяет проявить психологические, социальные и символические грани героев и передать дух эпохи. Анализ художественных текстов показывает, что гоголевская лексика со значением «народный костюм» несет глубокие смысловые ассоциации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аутлева Ф.Т. Ценностно-нормативные ориентиры русской ментальности: социально-философский анализ: автореф. дис. . канд. филол. наук / Ф.Т. Аутлева. – Москва, 1996. – 23 с.
2. Бочаров С.Г. О стиле Гоголя / С.Г. Бочаров // Теория литературных стилей. Типология стилевого развития нового времени. – М.: Наука, 1976. – С. 409-445.
3. Валеева В.А. Деформированная телесность в повестях Н.В. Гоголя / В.А. Валеева // Православие в контексте отечественной и мировой литературы. Арзамас, 2006. - С. 218-224.
4. Гоголь Н.В. Избранные произведения в одном томе (компиляция) / Под ред.: В.Р. Одинцовой, К.И. Рогозина и др. – Москва: Электронная библиотека RoyalLib.Com, Издательский дом: Интернет-издание. – 2018.
https://royallib.com/book/gogol_nikolay/izbrannie_proizvedeniya_v_odnom_tome.html.
5. Жуховицкий Л.А. Время Гоголя / Л.А. Жуховицкий // Нева, 2009. – № 3. – С. 213–217.

УДК 821.161.1-14

А. А. Кормилаева © 2025

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Ярославский государственный педагогический
университет им. К. Д. Ушинского»
(Научн. рук. — д-р филол. наук, проф. Т. Г. Кучина)

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТА «ПОЭТ» В ТВОРЧЕСТВЕ СОВРЕМЕННЫХ ЛИРИКОВ (НА МАТЕРИАЛЕ СТИХОТВОРЕНИЙ Б. РЫЖЕГО, О. ЧУХОНЦЕВА, М. СТЕПАНОВОЙ)

Ключевые слова: современная лирика, Б. Рыжий, О. Чухонцев, М. Степанова, лирический субъект, концепт «поэт», мотив.

Многозначное понятие «концепт» активно исследуется в смежных областях гуманитарного знания: когнитивной лингвистике, лингвокультурологии,

литературоведении. В. А. Маслова понимает под концептом совокупность личного опыта, базового словарного значения слова и указывает на его полевую структуру [2, с. 113]. Мы рассматриваем концепт, с точки зрения лингвокогнитивного подхода, как многомерное образование, включающее в себя понятийную и образную составляющую, ассоциативные характеристики.

Концепт «поэт» изучается в литературоведении из-за широкого круга его метафорических репрезентаций в лирике XIX-XX вв. Например, О. И. Ревуцкий рассматривает этот концепт «как одну из констант духовной культуры» [3, с. 111]. Ученые в основном обращают внимание на раскрытие темы творчества в лирических произведениях А. С. Пушкина, Н. А. Некрасова, А. А. Ахматовой, В. Я. Брюсова, А. А. Вознесенского. Стихотворения этих авторов объединены мотивами избранничества, трагической судьбы поэта, являющегося посредником между Богом и людьми.

Мы считаем, что традиционные ассоциации концепта «поэт» (пророк с божественным призванием, искатель и носитель истины, для которого слово – это главный инструмент воздействия на окружающих, как для живописца – зренье или для актера – голос и движение), характерные для лирики XIX-XX вв., во многом переосмысляются и обновляются в современной русской литературе. Лирический субъект-творец, в понимании О. Чухонцева, Б. Рыжего, М. Степановой, – это не пророк, а обычный человек с рефлексирующим сознанием, который пытается вырваться за пределы порочного круга рутинных забот ради собственного самосовершенствования.

В стихотворении О. Чухонцева «Я был разбужен третьим петухом...» утверждается: миссия поэта заключается в том, чтобы не погрязнуть в земной суете, а стремиться к высшему знанию, стать частицей мироздания. Четырехстопный ямб интонационно ассоциируется с элегическими размышлениями задумчивого лирического героя, его тяготением к иному, прозрением внеземного в повседневном. Мотив быстротечности жизни противопоставлен духовному пробуждению субъекта речевого высказывания, находящегося в пограничном состоянии: *«Я был разбужен из небытия / И я услышал: это жизнь моя / меня звала»* [5, с. 97]. В рефлексирующем сознании лирического субъекта О. Чухонцева земное существование расценивается как душевная смерть, бездеятельность, на что указывает фразеологизм с негативной коннотацией *«с душою, как сумою переметной»*. Пейзажный образ зари в третьей строфе является символом пробуждения от тленности жизни, надежды на светлое будущее. Лирический субъект-поэт находит счастье в единении с природой, в стремлении постичь тайны Бытия: *«Да будет он не скопищем имен, / Но Именем, всеобщим и единым!»* [5, с. 97].

В стихотворении Б. Рыжего «Стихи уклониста Бориса Рыжего» переполненный противоречивыми чувствами импульсивный лирический субъект, балансирующий между противоположными ценностными полюсами, осознает, что миссия поэта состоит в сохранении, а не расточении из-за минутных заблуждений и страстей собственного творческого дара. Драматизм заключается в том, что лирическое «Я», по мнению А. К. Жолковского, «мечтает в модусе инфинитивного инобытия уклониться от роли поэта, мутировать в обыденную жизнь, пьянство с друзьями, но превращает все это в поэзию и чудесным образом возвращается к ней» [1, с. 253]. Ситуация «пограничья» связана с мотивом нравственного выбора. Лирический субъект находится в состоянии творческого кризиса и пытается принять решение: остаться верным призванию, *«резко бросив пить, / сдружиться с музами, поэму сочинить»* или самовольно отказаться от него в угоду приземленным удовольствиям: *«порядком забуреть, расслабиться всерьез, / податься в Петербург, где, загуляв с кентами...»* [4, с. 195]. Словам с негативной окраской, описывающим ореол маргинальной среды (*«подкупить свиней», «забуреть»*), противопоставлены на лексическом уровне

цветовые метафоры «*рубин заката*», «*бирюзу небес*» [4, с. 195]. Природный фон раскрывает тонкую душевную организацию лирического субъекта Б. Рыжего, его способность острее, ярче видеть красоту окружающего мира. Субъект речевого высказывания во второй строфе, семантически противопоставленной первой, решительно отвергает собственное мимолетное желание-заблуждение променять творческий дар на аморальный образ жизни. Он готов «*березы выкупить, с закатом, с облаками*» [4, с. 195], что позволяет сделать вывод об актуализации в стихотворении мотива попытки преодоления смерти, забвения творчеством, поэзией как вневременной, вечной сущности.

В стихотворении М. Степановой «Вот возьму да и не буду я сейчас писать стихи...» лирический герой отказывается выполнять предписанные обществом требования к художникам, писать в угоду толпе. Решительный, гордый, свободолюбивый субъект речевого высказывания старается сохранить творческую индивидуальность, а не раствориться в хаосе бытия, как его предшественники – Д. А. Пригов и А. С. Пушкин. Лирический герой М. Степановой уподобляется фонарику. Его миссия состоит в том, чтобы не гнаться за успехом, признанием толпы, а находиться вне рамок обыденности, ощущать ценность каждого мгновения.

Таким образом, концепт «поэт» существенно обновляется в современной литературе. Лирические герои-творцы О. Чухонцева, Б. Рыжего, М. Степановой представлены не пророками со священной миссией «глаголом жечь сердца людей», а земными людьми в пограничном состоянии. Они совершают нравственный выбор в пользу призвания, бескомпромиссно отвергая порочный круг рутинных забот и наслаждений.

ЛИТЕРАТУРА

1. Жолковский А. К. Новая и новейшая русская поэзия / А. К. Жолковский. – М.: РГГУ, 2009. – 365 с.
2. Маслова В.А. Современные направления в лингвистике / В. А. Маслова. – М.: Академия, 2008. – 264 с.
3. Ревуцкий О. И. Метафорическая репрезентация концепта «поэт» в текстах современных русских авторов / О. И. Ревуцкий. – Веснік Мазырсакага дзяржаўнага педагагічнага ўніверсітэта імя І. П. Шамякіна. – 2007. – С. 111-115.
4. Рыжий Б. Б. Стихи – 2-е издание, исправленное / Б. Б. Рыжий. – СПб.: «Пушкинский фонд», 2014. – 368 с.
5. Чухонцев О. Г. Ветром и пеплом: Стихотворения и поэмы / О. Г. Чухонцев. – М.: Современник, 1989. – 126 с.

УДК 82-32

С. П. Ошейко © 2025

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Новосибирский национальный исследовательский
государственный университет»
(Научн. рук. — д-р филол. наук, проф. Ю. В. Шатин)

**НЕГАТИВНАЯ АНТРОПОЛОГИЯ В МАЛОЙ ПРОЗЕ Ф.К. СОЛОГУБА (НА
МАТЕРИАЛЕ РАССКАЗА «КОННЫЙ СТРАЖНИК»)**

Ключевые слова: *Ф. К. Сологуб, малая проза, негативная антропология, целостность, зло.*

Кризис ценностей, постигший как Европу, так и Россию на рубеже XIX - XX вв., заставил пересмотреть вопросы места и роли человека в мире, исторического процесса и его целесообразности, а также и целостности человека как субъекта, наделенного духовным, душевным(чувственным) и телесным единством. Произошел парадоксальный процесс: наука, более не способная ответить на поставленные перед ней вопросы, уступала свои позиции искусству, для которого одним из способов постижения мира было открытие и утверждение личности, однако и «Религия своего я, поэзия этого я, философия того же я... исчерпали, наконец, его содержание... мы видим стремительное низвержение пустой оболочки этого я» [2, с. 125].

Весьма интересен конструирования негативной целостности в рассказе Ф. К. Сологуба «Конный стражник». Переяшин – смотритель уездного училища испытывает чувственное наслаждение, наказывая учеников. Он проникает в спальню училища, где подвергает порке невинного Валентина. Нам представляется, что в данном эпизоде Переяшин предпринимает попытку реконструировать утраченную целостность посредством сильного переживания в фикциональном, ночном мире. Недаром мальчику кажется, что его порка была только кошмарным сном. Однако, по замечанию, О. Ханзена-Леве ночной мир сна не только противостоит дневному рациональному миру и обнажает «диаволическую, теневую, оборотную сторону бодрствующего сознания» [5, с. 239]. Таким образом, Переяшин сначала лишь намечает один из путей реализации своих желаний.

Второй путь конструирования целостности связан как это не парадоксально звучит с пьянством смотрителя и атмосферой идейного брожения на фоне слухов о порке гимназиста, а затем сообщениях о забастовках рабочих. Дневной мир тоже постепенно погружается в пучину безумия. И в этом для Ф. К. Сологуба нет ничего удивительного, ибо материальный мир создала «Могущественная единая Воля источник зла на земле» [1, с. 103], поэтому он пронизан злом, так же, как и мир сна, в котором наличие зла во многом обусловлено подсознанием субъекта.

Переяшин хочет принять участие в подавлении забастовок и увольняется из училища, но за несколько дней до этого он наблюдает в окно как казаки разгоняют толпу. В данном эпизоде, на наш взгляд, важен мотив зеркала и то, как его интерпретирует Ф. К. Сологуб, исходя из декадентского мировоззрения. Итак, зеркало и его варианты являются инструментом, при помощи которого художник-декадент пытается вернуть герою как в прозе, так и в поэзии утраченную духовно-телесную целостность [4, с. 284 – 285]. Но то, что, как правило, не удастся художнику-декаденту, Переяшин осуществляет легко, пренебрегая духовным началом. Он словно входит в двумерное зеркальное пространство, сконструированное им самим. При этом, нам кажется уместным утверждение, что дневной мир, созданный Единой злой Волей, проходя сквозь оконное стекло переворачивается, а затем обретает бытийный статус. Дело в том, что Переяшин постоянно пьет водку. Он словно впадает в тихое сумасшествие-сон. Таким образом двойная функциональность (пьяный глаз смотрителя и обман Злой единой Воли) обуславливают бытие сотворенного мира.

Теперь рассмотрим новый «целостный образ» Переяшина. «И вся амуниция на нем красовалась новенькая и чистенькая, и особенно хороша была нагайка. Так приятно было сжимать ее в руке и помахивать ею. И потому лицо у него было красное и веселое. Сегодня для обновления формы он и сам выпил изрядно...» [4, с. 492] Переяшин наконец-то нашел способ, позволяющий ему реализовать свою чувственность. Его новый статус словно порожден соединением двух снов: творящего

сна Злой единой Воли и пьяного сна самого бывшего зрителя. Однако целостность, полученная посредством приобщения к мировому злу весьма сомнительна, ибо, по мнению Ф. К. Сологуба, все что создано в дневном мире и желает закрепиться в нем, реализуя свои влечения и страсти, онтологического статуса не имеет. С другой стороны, Переяшин становится орудием мирового зла, посредством чего и конструируется его новая целостность.

Таким образом, Ф. К. Сологуб в рассказе «Конный стражник» реализует негативную модель антропологической целостности. Целостности, основанием которой является ни эстетическое, этическое или религиозно-метафизическое начало, а трансцендентное начало мирового зла, делающее человека своим рабом и не дающее возможности выйти из клетки повседневности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дмитриевич, Н. П. Проблемы мифологизма в поэзии Федора Сологуба : диссертация ... кандидата филологических наук : 10.01.01. — Волгоград, 1998. — 163 с.
2. Розанов, В. В. Собрание сочинений. Т 26. Религия и культура. — Статьи и очерки 1902 – 1903 гг. М.: Республика; «Росток» — 2008. — 894 с.
3. Сологуб, Ф. К. Собрание сочинений: В 6 т. Т. 3 Слаще яда: Роман. Рассказы / Сост., примеч. Т. Ф. Прокопова. — М.: НПК «Интелвак, 2001. — 736 с.
4. Тело в русской культуре / Г. И. Кабакова и Ф. Конт. Москва. Новое литературное обозрение. — 2005. — 399 с. (Новое литературное обозрение: научное приложение; вып. 51) (Научная библиотека).
5. Ханзен-Леве О. Русский символизм. Система поэтических мотивов. Ранний символизм / Пер. с нем. С. Бромерло, А. Ц. Масевича и А. Е. Барзаха — СПб., «Академический проект», 1999 — 512 с. (Серия «Современная западная русистика», т. 20)

УДК 81'42

С. В. Пилатовская © 2025

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»
(Научн. рук. — канд. филол. наук М. Н. Панчехина)

СИСТЕМА КОЛОРАТИВОВ В ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА А. И. КУПРИНА

Ключевые слова: языковая картина мира, колоратив, цветообозначение, лексика цветообозначений, колоративная лексика, цветопись.

Цветопись в прозе А. И. Куприна представлена широко и разнообразно. Обычно лексика цветообозначения в художественном тексте писателя сопровождается эмоциональными ассоциациями и дополнительными смысловыми оттенками. Повесть «Олеся» — одно из произведений А. И. Куприна, богатое цветовыми образами. Автор использует разные цветовые палитры для каждого случая. При описании портретов крестьян он применяет темные цвета, что подчеркивает их необразованность и грубость. Также автор передает атмосферу бездуховности, нищеты и непонимания, представляя все окружение в мрачных и тусклых тонах.

В художественном произведении колоратив может выступать как сравнение, метафора или символ, позволяющий автору глубже выразить мысль, построить определенный образ. Непосредственно концепт цвета является единицей культурно маркированной и мировоззренчески ориентированной, поскольку отображает культурные стереотипы общества и ценностные приоритеты конкретных эпох, а также динамику их изменений. Языковая картина мира отвечает за формирование отношений человека к животным, миру, природе, к самому себе как к «неотъемлемой части» мироздания, а также отношения к нормам поведения. Каждый естественный язык отражает конкретный способ восприятия и «концептуализации» мира. Смыслы, взгляды, выводы, закрепленные в нем, после объединяются в некоего рода «коллективную философию», которая становится обязательной для всех носителей этого языка.

Соответственно, роль языка заключается не только в непосредственной передаче сообщения, но прежде всего во внутренней организации предмета сообщения. Исторический, национально-культурный опыт конкретного языкового общества обязательно вплетается в знания о мире, закрепленные языком. Таким образом, образуется мир носителей конкретного языка, то есть языковая картина мира как совокупность информации о мире, закрепленной на уровне грамматики, лексики, фразеологии.

Согласно Р. М. Фрумкиной [1], в современном русском языке «наивная картина мира» включает в себя «семь цветов радуги», а также ахроматические цвета — черный, белый, серый — и розовый, коричневый. Эти цвета, по ее мнению, носители русского языка считают «основными». Менее же употребительные цветообозначения она называет «прочими».

Знаковая природа концепта предполагает его вербальную закрепленность, будь то средства лексики или синтаксиса, в комплексе с лексико-семантическим полем концепта с доминантой (то есть ядром), представленной непосредственно именем концепта. Так, концепт «цвета» в русском языке закрепляется при помощи лексики цветообозначения. В повести А. И. Куприна «Олеся» данный концепт репрезентован в основном с помощью колоративов красный, темный, черный; к тому же, широко распространены и оттенки данных цветов, такие как багровый и коричневый. Реже всего встречались колоративы белый, светлый и голубоватый, а также их оттенки.

Лексика цветообозначения в различных паремиях служит как средство передачи народных взглядов, мудрости, а также позволяют осуществить преемственность опыта. Колоратив «красный» не только часто встречается в различных пословицах и поговорках, но также создает и цветовую доминанту произведения А.И. Куприна. В основном писатель использует его для описания портрета главной героини, Олеси.

Красный цвет обладает базовым значением для фольклорных текстов. Адъектив красный в фольклоре имеет неоднозначную семантику. Им может прямо называться один из цветов (красный означает красного цвета) или, наделив его положительными коннотациями, обозначаться такие понятия, как праздничный, красивый, хороший и так далее. Красный цвет уподобляется с огнем, косвенно — с теплом и защитой, жизненной силой, живым началом, кровью. Он часто обладает защитными свойствами и используется в качестве оберега. Кроме того, красный — это цвет солнца, жизни и плодородия, но также он может быть истолкован как цвет потустороннего мира, демонических и хтонических персонажей.

Красный может также иметь негативное значение (красный — плохой), поэтому он выступает как амбивалентный цвет, разнообразный и многозначный.

В произведении А. И. Куприна «Олеся» отчетливо прослеживается мотив красного цвета. Главная роль данного адъектива — описание портрета главной героини, Олеси. Образ главной героини усиливается соответствующими элементами: в одном из

эпизодов Олеся приносит только вылупившихся птенцов зяблика с красной шейкой, что позволяет нам интерпретировать этот цвет как показатель витальности, молодости. Важнейшей деталью всей истории являются красные бусы — подарок Ивану Тимофеевичу от девушки в финале, как знак их страстной любви.

Кроме того, в портрете Олеси красный цвет переносится на другие цвета и, «подчиняя» их, наращивает спектр своих оттенков. Так появляются адъективы багровый, смугло-розовый, румяный и так далее.

Адъектив синий, а также близкий ему по семантическому значению голубой (который считается оттенком синего), для А. И. Куприна также имеет концептуальную значимость. Когда в произведении появилась ириновская ведьма Мануйлиха, автор отметил ее неприветливость, внутреннюю холодность с помощью голубого: *«...Все черты бабы-яги, как ее изображает народный эпос, было налицо: худые щеки, втянутые вовнутрь, переходили внизу в острый, длинный, дряблый подбородок, почти соприкасавшийся с висющим вниз носом; провалившийся беззубый рот беспрестанно двигался, точно пережевывая что-то; выцветшие, когда-то голубые глаза, холодные, круглые, выпуклые, с очень короткими красными веками, глядели, точно глаза невиданной зловещей птицы»*. Упомянутое здесь прилагательное «красный» помогает воссоздать необходимую автору контрастность в портрете пожилой женщины. Такой образ старухи отталкивает, нагоняет страх.

Голубой цвет встречается и в описании душевных терзаний героини, когда она разрывается между бабушкой и самим рассказчиком. Голубой цвет используется Куприным для описания неба. Тут он представлен в буквальном смысле, в его первичной коннотации.

Таким образом, колоратив голубой использовался А. И. Куприным в непосредственно прямой его номинации, но скорее с негативной коннотацией. Исключением является описание пейзажей (неба, ручейков). Также данный адъектив (как и белый, светлый) помогают писателю добиться эффекта контрастной цветописы, ведь они противопоставлены наиболее частотным колоративам красный, темный и черный.

Как отмечалось выше, адъектив «красный» в его различных формах создает портрет главной героини истории. Однако с той же целью автор вводит прилагательные «черный» и «темный», которые могут считаться синонимичными: у Олеси темные глаза, темные густые волосы — все, как и положено внучке ведьмы, которая также переняла дар ясновидения — и темные синяки на белоснежной коже. К тому же, рассказчиком отмечается черный цвет и на руках героини: *«Невольно я обратил внимание на эти руки, они загрубели и почернели от работы, но были невелики и такой красивой формы, что им позавидовали бы многие благовоспитанные девицы»*. Руки Олеси, потемневшие от работы, являются свидетельством ее трудолюбия и скромного материального положения ее семьи. Однако Куприн вкладывает в уста Ивана Тимофеевича другое описание рук девушки: их небольшой размер и красивая форма вызывают зависть у многих благовоспитанных девушек. Это, безусловно, говорит о симпатии и любви героя к Олесе, которую другие считают «дикаркой».

Приведенные выше примеры позволяют сделать вывод о том, что колоративная лексика в творческом дискурсе писателя не только играет немаловажную роль (поскольку с ее помощью создаются целые лейтмотивные образы в произведении), но и обладает высокой частотностью вхождения в текст. Специфика применения лексики цветообозначения определяется творческой манерой А. И. Куприна, а формирование наполнения лексико-семантического поля колоративов обусловлено также национально-культурной спецификой родной страны автора и ее общекультурными ценностями.

ЛИТЕРАТУРА

1. Фрумкина Р.М. Психолингвистика / Р.М. Фрумкина. — М.: Академия, — 2014. — 336 с.

УДК 81'42

Е. В. Прутяная © 2025

*Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»
(Научн. рук. — канд. филол. наук М. Н. Панчехина)*

ПРЕСТУПНИК КАК ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ ТИПАЖ В ТВОРЧЕСТВЕ Ф.М. ДОСТОЕВСКОГО

Ключевые слова: языковая личность, лингвокультурология, преступник как лингвокультурный типаж, Ф.М. Достоевский.

Исследование посвящено изучению структуры языковых личностей Родиона Раскольникова и Софьи Мармеладовой, главных персонажей романа Ф.М. Достоевского «Преступление и наказание». Объектом исследования языковая личность персонажа, а предметом — лексико-семантическая реализация языковой личности указанных персонажей.

Цель работы состоит в типологизации языковых личностей персонажей Ф.М. Достоевского, разработке и описании речевых портретов Раскольникова и Мармеладовой. Для достижения целей понадобилось решить следующие задачи: во-первых, описать понятие «языковая личность персонажа»; во-вторых, выделить аспекты языковой личности персонажей; в-третьих, описать лексико-семантические средства, необходимые для реализации языковой личности каждого из анализируемых персонажей.

Лексико-семантическая группа «Преступник»

В основе значения слова «преступник» лежит сема «нарушение закона». Это ключевой признак, определяющий данную лексико-семантическую группу. «Преступник — это человек, который совершил общественно опасное деяние, запрещенное законом, что влечет за собой уголовную ответственность» [1]. Семантический анализ показывает, что эта лексема в первую очередь связана с юридическим и социальным контекстами. Преступление как деяние, противостоящее установленным нормам, является актом, который посягает на общественный порядок и безопасность. Действия преступника представляют опасность для общества, его отдельных членов, либо для государства в целом. В русской литературе и философии преступник часто становится героем трагедий, размышляющим над смыслом жизни, справедливости и морали. Примером может служить герой романа Ф.М. Достоевского «Преступление и наказание» — Родион Раскольников, который совершает убийство, но при этом глубоко страдает от своего поступка и ищет пути к искуплению.

Структура языковой личности Родиона Раскольникова

Языковая личность Раскольникова характеризуется высоким уровнем интеллектуальности и склонностью к рационализации. Он часто использует абстрактные понятия, философские термины и сложные грамматические конструкции. Раскольников детально излагает свою теорию о «праве сильного», разделяя людей на «обыкновенных» и «необыкновенных», что говорит о его стремлении к логическому

обоснованию своих взглядов. Он оперирует такими категориями, как «цель», «средство», «польза», «закон», пытаясь подвести под свой поступок некую «философскую» базу. Он постоянно анализирует ситуации, поступки других людей и собственные мотивы, прибегая к логическим рассуждениям и моральным оценкам. Он использует термины, характерные для философских и юридических дискурсов. Например: «право», «воля», «необходимость», «преступление».

Раскольников часто употребляет в своей речи резкие, категоричные выражения, что свидетельствует о его внутреннем напряжении и состоянии постоянного конфликта с самим собой. Например, такие фразы, как «...все это надо кончить сегодня же, за один раз, сейчас же...», «Я просто убил; для себя убил, для себя одного... мне, в ту минуту, все равно должно было быть!» демонстрируют и его решимость, и страх, доходящий до ужаса, перед содеянным. Указанные речевые обороты отражают внутреннюю борьбу между муками совести и желанием оправдать свои действия.

Раскольников не просто совершает преступление, он переосмысливает само понятие «преступник». В его речи преступление предстает как проверка его собственной теории, как акт самопознания, как способ определения своей «настоящей» сущности. Он пытается оправдать свое преступление, находя ему рациональные и «высшие» мотивы. В его лексиконе множество лексем, связанных с «пользой», «целью» и «высшим благом» как обоснованием своего деяния. После преступления в его речи появляются новые оттенки значения понятия «преступник», связанные со страданием, виной, искуплением, нравственной ответственностью. Особое внимание следует уделить использованию им лексики, связанной с моральными категориями. Лексемы «преступление», «вина», «совесть» являются концептуально значимыми для лексикона персонажа, что указывает на глубокую внутреннюю работу над этими понятиями. Он постоянно размышляет о том, что такое добро и зло, пытаясь найти оправдание своим действиям.

Структура языковой личности Софьи Мармеладовой

Софья Мармеладова — это пример искренней веры, глубокого сострадания и самоотверженной любви. Ее речь проста, эмоциональна и наполнена христианскими мотивами. Однако, при рассмотрении ее языковой личности нужно учитывать, что в романе она занимает положение «падшей» женщины, занимающейся проституцией. Важно отметить, что сама по себе проституция, хотя и является нелегальным занятием в большинстве стран, в том числе и в Российской империи XIX века, все же рассматривается скорее как социальное зло, чем исключительно криминальный акт. Поэтому структура языковой личности Сони как преступницы требует особого подхода к анализу ее речевых характеристик.

Соня Мармеладова хоть и находится в положении «преступницы» по законам общества того времени, сохраняет внутреннюю чистоту и нравственную силу. Ее языковая личность сочетает в себе осознание своего «падения», принятие своей участи, сострадание к другим и глубокую христианскую веру. Ее речь, хотя и проста, выражает противоречивость ее положения и ее стремление к искуплению.

Выводы. Лексико-семантическая группа «Преступник» помогает расширить интерпретацию структуры языковой личности персонажа. Структура языковой личности Раскольникова и Мармеладовой имеет типологическое сходство. Это подтверждается словами Раскольникова: «Ты тоже переступила... смогла переступить. Ты на себя руки наложила, ты загубила жизнь... свою (это все равно!). Ты могла бы жить духом и разумом, а кончишь на Сенной... Но ты выдержать не можешь, и если останешься одна, сойдешь с ума, как и я. Ты уж и теперь как помешанная; стало быть, нам вместе идти, по одной дороге! Пойдем!». Тезаурус их личностей обращен к теме и мотиву

преступления в широком смысле: преступления закона Божьего и человеческого, что дает повод определить данных героев как *лингвокультурные типажы преступников*.

ЛИТЕРАТУРА

1. Коврова А.В. Психология личности преступника. Методики изучения преступной личности. Классификация психопатических расстройств: сайт. — Режим доступа: <https://zaochnik-com.com/spravochnik/psihologija/juridicheskaja-psihologija/psihologija-lichnosti-prestupnika/> (Дата обращения: 26.02.2025).

УДК 81'42

А. А. Ружило © 2025

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»
(Научн. рук. — канд. филол. наук М. Н. Панчехина)

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЙ СПОСОБ ОПИСАНИЯ ОККАЗИОНАЛИЗМОВ В ПОЭЗИИ

Ключевые слова: *окказионализм, окказионализм в поэзии, структурно-семантический способ описания, анализ поэтического текста.*

Окказионализмы как уникальные языковые единицы играют значительную роль в поэтическом творчестве, привнося в текст новые смысловые оттенки и оригинальные формы выражения.

Структурно-семантический подход к анализу поэтических текстов обладает рядом черт, которые помогают глубже понять художественное содержание и его организацию.

1. Концептуальная основа текста. Центральным элементом поэтического произведения является концепт, который включает в себя образные, понятийные и ценностные компоненты. Обычно все стихотворение сосредоточено на передаче одного главного концепта, который становится основой для всей смысловой структуры текста.

2. Гармония структурно-семантической организации. Эта гармония возникает благодаря определенной организации концептов или их структурных единиц, что приводит к единству между формой и содержанием. Эффективное расположение элементов позволяет создать целостное восприятие произведения, где каждая часть поддерживает общую идею.

3. Использование антитезы. Антитеза является ключевым принципом структурно-семантической организации поэтического текста. Она служит средством объективного сопоставления двух противоположных категорий, что усиливает выразительность и глубину содержания. Противоречия, выявляемые через антитезу, позволяют читателю лучше осознать сложность рассматриваемых тем.

4. Многоуровневые связи между смысловыми блоками. В поэтическом тексте могут существовать различные уровни связей между отдельными смысловыми единицами. Эти связи могут быть как лексическими и грамматическими, так и идейно-тематическими или интертекстуальными. Многообразие таких связей обогащает текст, создавая дополнительные слои значений и ассоциаций.

Структурно-семантический способ описания акцентирует внимание на взаимосвязи между формой и содержанием, исследуя, как специфическая структура окказионализмов способствует созданию определенных смысловых эффектов.

Анализ окказионализмов с точки зрения их структуры и семантики позволит выявить закономерности, лежащие в основе творческого процесса, а также продемонстрировать, как индивидуальные языковые эксперименты становятся неотъемлемой частью поэтического языка и стиля автора.

Структурно-семантический подход к анализу окказионализмов в поэзии представляет собой комплексный метод, который тесно переплетен со стилистическим анализом художественного текста. Этот подход позволяет глубже понять, как уникальные языковые формы влияют на общее восприятие произведения.

Семантический анализ окказионализмов включает несколько ключевых этапов:

1. Исследование словарной дефиниции узувального (обычного) мотивирующего слова: на этом этапе происходит выявление сем, которые переходят в интенционал (смысловое содержание) окказионального деривата. Это помогает понять, какие изначальные значения были переработаны и адаптированы в новом контексте.
2. Выявление сем, возникающих в результате окказионального «скрещения координат»: здесь мы рассматриваем, как мотивирующая основа взаимодействует с деривационным средством, создавая новые смысловые комбинации.
3. Анализ сем новообразования: В этом пункте акцент делается на контекстуально детерминированные семы, которые возникают в рамках конкретного произведения и его стилистики.
4. Характеристика окказионализма по степени экспликации/импликации семантики: Этот этап включает в себя оценку того, насколько явно или скрыто выражены значения окказионализма.
5. Анализ импликационала новообразования: здесь мы исследуем подводные камни значений, которые неявно вытекают из новосозданной формы.
6. Формулирование лексического значения новообразования: на этом этапе мы пытаемся определить, какое значение приобретает окказионализм в контексте всего произведения.
7. Оценка функциональной значимости окказионализма в тексте: здесь мы анализируем, какую роль играет окказионализм в общем замысле и эмоциональном воздействии произведения.

Для более глубокого анализа окказионализмов также применяются семный и контекстуальный методы, а также различные приемы, такие как анализ словарных определений, словообразовательный анализ и функционально-грамматический анализ. Эти инструменты позволяют создать полное представление о том, как окказионализмы функционируют в поэтическом языке и как они обогащают художественное выражение.

Важным для понимания специфических структурно-семантических преобразований в поэтической речи является наблюдение Ю.Н. Тынянова, который отметил, что само существо поэзии составляет свойственная ей семантическая деформация [1, с. 268]. Идеи Ю.Н. Тынянова о единстве и тесноте стихового ряда, представленные в работе «Проблема стихотворного языка» (1924), были позднее конкретизированы его последователями.

Структурно-семантический способ описания окказионализмов в поэзии представляет собой важный инструмент для анализа уникальных языковых единиц, созданных поэтами в процессе художественного творчества. Окказионализмы, как неологизмы, возникающие в контексте конкретного произведения, обогащают язык поэзии и служат средством передачи авторского замысла.

В результате структурно-семантического анализа становится очевидным, что окказионализмы не являются случайными или произвольными элементами; напротив, они обладают четкой внутренней логикой и функциональной значимостью. Их

семантическое содержание часто связано с центральными темами и концептами текста, что позволяет глубже понять авторскую идею и эмоциональную нагрузку произведения.

Таким образом, применение структурно-семантического подхода к окказионализмам способствует не только выявлению их лексической и грамматической структуры, но и анализу их роли в создании художественного смысла. Это открывает новые горизонты для интерпретации поэтического текста и подчеркивает значимость индивидуального языка каждого поэта как средства выражения уникального художественного видения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Тынянов Ю.Н. Проблема стихотворного языка / Ю.Н. Тынянов. – Л.: Academia, 1924. – 140 с.

УДК 82-31

Д. И. Торопыно © 2025

*Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Брянский государственный университет имени академика И. Г. Петровского»
(Научн. рук. — д-р. филол. наук А. В. Шаравин)*

ЦВЕТОВЫЕ ОБРАЗЫ В ПОВЕСТИ «ГРАНАТОВЫЙ БРАСЛЕТ» А.И. КУПРИНА В РЕЦЕПТИВНОМ АКТЕ ЧИТАТЕЛЬСКОГО ВОСПРИЯТИЯ

Ключевые слова: *А.И. Куприн, «Гранатовый браслет», цветовой образ, цветопсихология, психологизированный портрет, символ.*

Использование цветowych обозначений в мировом «словесном искусстве» имеет богатую историю. С течением времени и становлением художественной литературы содержание понятия «цвет» претерпевает существенные изменения, из характеристики физических свойств предмета или явления действительности трансформируясь в цветовой образ с довольно широким смысловым полем и собственной символикой.

Изучением цветowych лексем занимались многие ученые: А.П. Василевич, С.С. Мищенко, С.Н. Кузнецова, В.Г. Кульпина, С.В. Кезина, С.В. Мичугина, Р.М. Фрумкина, С.И. Лукьяненко и др.

Каждый цвет оказывает определенное воздействие на человека и его сознание. Это влияние обусловлено как физиологическим воздействием цвета на организм, так и ассоциациями, вызываемыми цветом на основе прошлого опыта и подсознания. Несмотря на это, до сих пор не существует единой доктрины, охватывающей феномен цвета в рамках какой-либо одной науки или научного направления. Цвет играет важную роль в жизни общества, культуре и индивидуальном сознании. Он может выражать отношение человека к явлениям окружающего мира. Цвет является неотъемлемой частью культуры, служащей инструментом для характеристики, систематизации, классификации и обозначения объектов, социальных явлений и абстрактных понятий.

Исследуя повесть «Гранатовый браслет» на предмет колоративной лексики, можно выделить более 60 единиц, которые писатель использует, когда изображает портрет

главных героев, природу и вещный мир. Выделим наиболее часто встречающиеся цвета в данном произведении в порядке убывания: *черный, белый, золотой (желтый), зеленый, розовый, голубой*. Единичными являются *коричневый, гранатовый, багровый*. Из наименований, менее обозначающих цвет, можно выделить *рыжий, ало-красный, карминный, сизый, темный*.

Так, автор образует фамилию Желтков благодаря цветовой лексеме *желтый*, которая в литературоведении имеет неоднозначную семантику. Например, С. Соловьев, дает такой комментарий: «Желтый — это вообще особенный, странный, сложный цвет в жизни многих людей, не только великих» [4, с. 55]. Б.А. Базыма усматривает в употреблении желтого цвета «негативное звучание и отрицательный символический смысл» [1, с. 18], тогда как Г.Э. Бреслав, напротив, связывает с ним «радость, ясность, оптимизм и веселье» [2, с. 63]. Из этого следует, что образ Желткова в романе «Гранатовый браслет» А.И. Куприна имеет неоднозначную интерпретацию: с одной стороны, он сильный человек, который пошел на самоубийство, любя замужнюю женщину, с другой — его навязчивая идея преследовать Веру Шеина не симпатизирует ни ей, ни читателю и служит показателем негативной характеристики фамилии.

Употребление в прямом значении *желтого* колоратива можно встретить в портрете повара Веры - Луки: «Пришел высокий, бритый, желтолицый повар Лука...» [3, с. 251]. В приведенном примере он передает болезненное состояние человека.

Примечательно то, что при создании портрета Желткова Куприн употребляет цветовой образ *бледный* («Бледное, худощавое лицо» [3, с. 285]), чтобы подчеркнуть его психическое состояние и внутреннюю неуверенность. Г.Э. Бреслав в цветопсихологии трактует данный цветовой образ следующим образом: «большая открытость и желание контакта с окружающими» [2, с. 58]. С чем нельзя не согласиться, потому что главный герой был на протяжении всей повести общительным человеком. Однако в «Гранатовом браслете» Куприн дает и прямое значение этому цветовому образу. Например, бледный цвет лица у детей Анны Николаевны являлся следствием физического недомогания: «...малокровных детей младшей сестры, всегда приличных и послушных, с бледными мучнистыми лицами» [3, с. 245].

Во внешности главной героини доминирует *серый* цвет: «Вера всегда одевалась очень просто, скромно, с большим вкусом, но в то же время изящно, в серое платье и белую блузку» [3, с. 244]. Г.Э. Бреслав определяет следующим образом значение употребленных цветовых лексем: *белый* - «чистый, приглушенный, мягкий тон» [2, с. 20] и *серый* — «стабильность и холодность» [2, с. 57]. Данные колоративы демонстрируют сдержанность, аристократическую утонченность, холодность и отстраненность в характере Веры.

Еще одной важной деталью в ее портрете выступают глаза *темного* цвета. Базыма Б.А. определяет данный колоратив следующим образом: «небытие, смерть, хаос, разрушение» [1, с. 7]. Если глаза являются зеркалом души, то отсюда можно заключить, что через использование темного оттенка Куприн выражает трагическое ощущение жизни Верой, чувство долга, которое часто подавляет ее истинные эмоции и ощущения. Однако, когда она узнает, что Желтков совершил самоубийство, ее глаза становятся покрасневшими вследствие пролитых слез по нему: «Она пришла к мужу с покрасневшими от слез глазами и вздутыми губами, и, показав письмо, сказала...» [3, с. 293]. Красный, по Бреславу, имеет негативную коннотацию: «действие раздражающее и возбуждающее» [2, с. 20]. Как мы видим, данный цвет помогает передать психологическое состояние героини после трагического события в ее жизни.

Таким образом, мы видим, как в повести «Гранатовый браслет» известного русского писателя А.И. Куприна картина повседневности России рубежа XIX-XX в.в. соединяется с тонкими границами души главных героев. Во многом это обусловлено

использованием цветовых лексем: символика и смысловое поле цвета или общей тональности палитры помогает, с одной стороны, передать психологические характеристики Веры Шеина и Георгия Желткова, создать их психологический портрет, а с другой – настроить читателя на соответствующее восприятие данного художественного текста.

ЛИТЕРАТУРА

1. Базыма Б.А. Психология цвета: Теория и практика / Б. А. Базыма. – М.: Речь, 2005. – 110 с.
2. Бреслав Г.Э. Цветопсихология и цветолечение для всех / Г. Э. Бреслав. – СПб.: Б&К., 2000. – 212 с.
3. Куприн А. И. Гранатовый браслет: повести и рассказы / А. И. Куприн; [сост. и выступ. ст. В. Этова; примеч. редакции]; худож. М. Петров. – М.: Дет. лит., 2016. – 301 с.: ил. (Школьная библиотека).
4. Соловьев С. Цвет, число и русская словесность. // «Знание – сила». – 1971. – № 1. – С. 54-56.

УДК 81'42

К. Д. Чернышова © 2025

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»
(Научн. рук. — канд. филол. наук М. Н. Панчехина)

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОЕ ПОЛЕ «ТОСКА» КАК ОТРАЖЕНИЕ РУССКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЫ МИРА

Ключевые слова: лексико-семантическое поле, языковая картина мира, русская языковая картина мира.

Русская языковая картина мира представляет собой самобытную систему видения и структурирования реальности, закреплённую в русском языке. Это единая сеть представлений об окружающем мире, которая зашифрована в значениях лексических единиц и грамматических конструкций русского языка и является общей для всех его носителей. Анализ лексики русского языка позволяет сделать выводы об особенностях русского видения мира.

В современном языкознании наблюдается явный поворот к антропоцентризму, при котором фокус внимания смещается с самого языка на его носителя — человека (языковую личность). Язык становится своеобразным зеркалом, в котором отражается менталитет и культурное наследие целого народа. Образ действительности выражен в понятии картина мира — особого способа восприятия реальности, присущего определенной языковой общности. В научных кругах принято выделять два основных типа: концептуальную и языковую картины мира. Для нашего исследования особый интерес представляет именно языковая картина мира, а точнее — ее русская разновидность, поскольку именно в ее структуре находит свое место лексико-семантическое поле.

Лексико-семантическое поле (ЛСП), объединяя слова со схожим понятийным содержанием, становится ключевым инструментом для изучения языковой картины мира. Оно не только систематизирует языковые элементы, но и наглядно демонстрирует их взаимосвязи, раскрывая семантические отношения и иерархическую

структуру понятий. Важность ЛСП обусловлена тем, что оно отражает культурные особенности языка через лексику — наиболее подвижный уровень языковой системы. При этом лексико-семантическое поле функционирует двояко: как часть общезыковой картины мира и как отражение индивидуального мировосприятия человека, в частности — творца художественной литературы. В литературном контексте ЛСП раскрывает художественную картину мира, характерную для творчества конкретного писателя или поэта. В качестве материала исследования нами выбраны рассказы А.П. Чехова.

Лексико-семантическое поле концепта «тоска» в контексте произведений А.П. Чехова имеет следующую структуру. 1. Ядро (ключевые лексемы): *горе, тревога, несчастье*. 2. Ближняя периферия: *печаль, скука, уныние*. 3. Дальняя периферия: *меланхолия, хандра*. Помимо основных элементов, в поле целесообразно будет включить производные лексемы от ключевого слова «тоска»: *тоскливо, тоскливый, тоскует*; устойчивые словосочетания и фразеологизмы: *кошки на душе скребут* («Два скандала»), *выбиться из колеи* («Несчастье»), *тоска громадная* («Тоска»).

В сознании носителей русского языка «тоска» также ассоциируется с: внутренним состоянием человека (грустный, скучный, невеселый), моральным неудовлетворением (несчастье, безразличие), судьбой (рок, фатум), будущим человека (серое существование, грустное).

Согласно данным Национального корпуса русского языка, в рассказе «Тоска» корневая лексема, не считая названия, встречается в тексте 5 раз. 1. *Утихшая ненадолго **тоска** появляется вновь и распирает грудь еще с большей силой*. В данном примере «тоска» представляется как нечто цикличное и неизбежное. Она возвращается с новой силой, что может указывать на глубину внутреннего состояния героя и его постоянные переживания. 2. *Но толпы бегут, не замечая ни его, ни **тоски**...* Здесь «тоска» противопоставляется движению толпы, что подчеркивает одиночество индивидуума в обществе. Тоска становится символом внутреннего мира человека, который не воспринимается окружающими. 3. ***Тоска** громадная, не знающая границ*. Выражение усиливает ощущение безграничности страдания. Тоска представлена как нечто масштабное и всепроникающее, что может отражать экзистенциальные переживания человека. 4. *Лопни грудь Ионы и вылейся из нее **тоска**, так она бы, кажется, весь свет залила, но, тем не менее, ее не видно*. «Тоска» описывается как мощное чувство, которое готово вырваться наружу, но остается скрытым. Это создает образ подавленной эмоции, что может говорить о внутренней борьбе героя. 5. *«И на овес не выездил, — думает он. — Оттого-то вот и **тоска**. Человек, который знающий свое дело... который и сам сыт, и лошадь сыта, завсегда покоен...»* В этом контексте «тоска» связывается с чувством неудовлетворенности и несоответствием между желаемым и действительным. Она становится следствием невыполненных задач и отсутствия гармонии в жизни.

Стоит отметить, что другие упоминания тоски, например, глаголы «тосковать, тоскует» или прилагательные «тоскливый, тоскливая» и т.д. в тексте не встречаются. Это может указывать на то, что А.П. Чехов предпочитает использовать это существительное как центральный элемент для передачи эмоций и состояний героев, избегая при этом дополнительных описаний или действий. Данный прием создает эффект сосредоточенности на внутреннем состоянии персонажей и усиливает общее чувство безысходности и меланхолии. Рассмотренные примеры демонстрируют, как тоска становится неотъемлемой частью внутреннего мира персонажей А.П. Чехова. Лексема «тоска» становится буквально ключом к пониманию внутреннего мира персонажей и их отношений с окружающей действительностью.

Таким образом, лексико-семантическое поле «тоска» в контексте творчества А.П. Чехова отражает многослойность русской языковой картины мира, охватывая

широкий спектр чувств — от глубокой печали до экзистенциального кризиса. Это понятие подчеркивает богатство русской лексики и ее способность передавать сложные эмоциональные состояния. Проведенный анализ позволил нам глубже понять, как язык формирует восприятие эмоциональных переживаний и служит важным инструментом для анализа художественного языка А.П. Чехова, выявляя его философские размышления и эмоциональную глубину.

Научное издание

НОВЫЕ ГОРИЗОНТЫ РУСИСТИКИ

Материалы XII Международной научной конференции
студентов и молодых ученых,
посвящённой памяти Г. И. Рихтера

Донецк, 11 марта 2025 года

Электронное текстовое издание

Сборник разработан с помощью программного
обеспечения Microsoft Office Word, Adobe Acrobat Pro

Подписано к использованию 17.04.2025.
Объем издания — 1,97 Мб.

Издательство ДонГУ
<https://donnu.ru/science/publisher>
E-mail: donnu.izdatelstvo@mail.ru
Тел.: +7 (856) 302-92-27, внутренний: 21-16, 33-25

ISBN 978-5-00262-009-8

