

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
ЕВРАЗИЙСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Л.Н. ГУМИЛЕВА
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ И ПРИКЛАДНОЙ ЛИНГВИСТИКИ

СУРГУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ (РОССИЯ)

КАФЕДРА ФИЛОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ И ЖУРНАЛИСТИКИ

ТУЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. Л.Н. ТОЛСТОГО (РОССИЯ)

ФАКУЛЬТЕТ РУССКОЙ ФИЛОЛОГИИ И ДОКУМЕНТОВЕДЕНИЯ
КАФЕДРА РУССКОГО ЯЗЫКА И ЛИТЕРАТУРЫ

КАЗАНСКИЙ (ПРИВОЛЖСКИЙ) ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (РОССИЯ)
КАФЕДРА РУССКОГО ЯЗЫКА КАК ИНОСТРАННОГО
ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ РУССКОГО ЯЗЫКА
И МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ



РУССКИЙ ЯЗЫК В XXI ВЕКЕ: ИССЛЕДОВАНИЯ МОЛОДЫХ

Материалы VII международной научной
студенческой конференции

Нур-Султан, 2020

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
ЕВРАЗИЙСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Л.Н. ГУМИЛЕВА
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ И ПРИКЛАДНОЙ ЛИНГВИСТИКИ

СУРГУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ (РОССИЯ)
КАФЕДРА ФИЛОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ И ЖУРНАЛИСТИКИ

ТУЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. Л.Н. ТОЛСТОГО (РОССИЯ)
ФАКУЛЬТЕТ РУССКОЙ ФИЛОЛОГИИ И ДОКУМЕНТОВЕДЕНИЯ
КАФЕДРА РУССКОГО ЯЗЫКА И ЛИТЕРАТУРЫ

КАЗАНСКИЙ (ПРИВОЛЖСКИЙ) ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (РОССИЯ)
КАФЕДРА РУССКОГО ЯЗЫКА КАК ИНОСТРАННОГО
ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ РУССКОГО ЯЗЫКА
И МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ



РУССКИЙ ЯЗЫК В XXI ВЕКЕ: ИССЛЕДОВАНИЯ МОЛОДЫХ

**Материалы VII международной научной
студенческой конференции**

Нур-Султан, 2020

УДК 378:001:811.161.1

ББК 74.58

P88

Редакционная коллегия:

Е.А. Журавлёва (отв. ред., Казахстан), Н.В. Ганущак, Е.И. Бреусова,
Е.Л. Райхлина, Т.Г. Бочина, Н.А. Красовская, Ю. Агеева (Россия),
Д.С. Ташимханова, Ж.А. Джамбаева, Г.К. Аюпова (Казахстан),
Э.Э. Яворская, А.К. Ешекенева (техн. ред., Казахстан)

P88 **Русский язык в XXI веке: исследования молодых:** материалы VII международной научной студенческой конференции / Отв. ред. Е.А. Журавлёва. – Нур-Султан: Изд-во ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, 2020. – 288 с.

ISBN 978-9965-31-545-9

Сборник содержит статьи участников международной научной студенческой конференции, организованной по инициативе кафедры теоретической и прикладной лингвистики Евразийского национального университета им. Л.Н. Гумилева (Казахстан) совместно с кафедрой филологического образования и журналистики Сургутского государственного педагогического университета (Россия), кафедрой русского языка и литературы факультета русской филологии и документоведения Тульского государственного педагогического университета им. Л.Н. Толстого (Россия) и кафедрой русского языка как иностранного Высшей школы русского языка и межкультурной коммуникации Казанского (Приволжского) Федерального университета (Россия). Выступления участников конференции посвящены актуальным проблемам современного русского языка: состоянию и тенденциям его развития; особенностям лингвокультурного пространства региона; языковой личности и культуре общения; языку средств массовой информации; особенностям изучения своеобразия художественных произведений.

УДК 378:001:811.161.1

ББК 74.58

ISBN 978-9965-31-545-9

© ЕНУ им. Л.Н. Гумилёва, 2020

нием медиаграмотности журналистов, а также ежегодно исследовать материалы интернет-СМИ и публиковать методические сборники, помогающие не допускать подобных ошибок в медиатекстах.

Литература:

1. Баско Н.В. Развитие русского языка в условиях глобализации // Philology.ru: русский лингвистический портал // [Электрон-ный ресурс] – Режим доступа: <http://www.philology.ru/linguistics2/basko-14.htm>.
2. Общественный фонд «Suiikti Qostanai» через суд требует снести здание, которое портит общую картину благоустройства. ИА «ТоболИнфо» // [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://tobolinfo.kz/obshhestvennyj-fond-suiikti-qostanai-cherez-sud-trebuuet-snesti-zdanie-kotoroe-portit-obshhujukartinu-blagoustrojstva/>

СПОСОБЫ ОБРАЗОВАНИЯ ЭРГОНИМОВ Г. НУР-СУЛТАН

Анапьянова А.

www.a.a.e@mail.ru

Научный руководитель: д.ф.н., проф. Журавлева Е.А.

zhuravleva_ea@enu.kz

Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева

Казахстан, г. Нур-Султан

В современное время рыночная экономика находится на пике своего развития. Наблюдается большое количество разного рода предприятий. Название предприятия, эргоним, является актуальным способом привлечения потребителей и ставит его в ряды конкурентности. Эргонимы составляют полноценную самостоятельную систему, потому что от названия зависит первое впечатление о предприятии, является его «визитной карточкой».

Создание эргонимов, особенно с использованием языковой игры, сегодня характеризуется большим разнообразием: заимствование из другого языка, нарушение лингвистических норм, сокращения, экспрессия и др. Со временем способы номинации меняются, появляются новые, исчезают старые. Рассмотрим способы образования эргонимов г. Нур-Султан:

1. Лексико-синтаксический способ: построения эргонимов в форме отдельных словосочетаний и целых предложений [1]. Они в полной мере характеризуют объект номинации с рациональной и

эмоциональной стороны, однако проигрывают однословным и кратким именам в легкости запоминания и произношения. Например: *одежда для будущих мам «Harry Мама», медицинский центр «ГЕНОМ», кофе с собой «Coffee Like», мир детства «Kinder», магазин для всей семьи «Достық», магазин низких цен «Арзан» и др.*

В данных примерах мы можем наблюдать узкое, более точное описание предназначения торгового объекта, которое позволяет клиентам легче и быстрее принимать решения. Например, клиент понимает, что в кофейне «*Coffee Like*» продается только кофе на вынос, или в магазине «*Арзан*» дешевые цены на одежду. Часто такие эргонимы напоминают слоганы (*магазин для всей семьи «Достық»*).

2. Лексико-семантический способ: использование лексического значения уже имеющегося в языке слова без изменения его формальной структуры. Этот способ включает в себя простую номинацию, трансонимизацию, заимствование.

Простая номинация была характерна для 50-х годов XX-го века. В г. Нур-Султан такой вид встречается редко: *Наша пекарня, Столовая, Ломбард, Французский дом, Студия красоты и др.* Данные объекты не отличаются оригинальностью и уступают место объектам с более креативными названиями.

Трансонимизация: заключается в переходе разряда имен собственных в эргонимы [2: 71]. Например: *магазины продуктов «Султан», «Арай», «Мадина», «Аруна», «Аня», салоны красоты «Gaziza», «Светлана», «Qyz Jibek», «New York», гостиница «Кокшетау», ресторан «Томирис» и др.* В данных случаях мы можем наблюдать красивые и благозвучные имена людей казахской и русской народностей («*Аруна*», «*Светлана*»), чаще всего эти имена не принадлежат реальному лицу, но имеются случаи называния в честь определенного человека. А также имеются названия популярных городов Казахстана и всего мира («*Кокшетау*», «*New York*»).

Заимствование: использование иноязычных слов в качестве эргонима. Например, рестораны «*Riverside*», «*Del Papa*», «*La Terraza*», *магазин продуктов «One price», «Citrus», студия красоты «Beauty star», «Be Queen» и др.*

Заимствования являются очень продуктивным и популярным способом образования эргонимов города Нур-Султан. Это, в первую очередь, связано с выходом Казахстана на мировую арену и программой трёхязычия. Чаще всего используются заимствования из

английского («*One price*»), французского («*La Terraza*»), итальянского («*Del Papa*») и др. языков.

3. Языковая игра на разных лингвистических уровнях. Например: «*PRO100 Lombard*», «*UrbanХайп*», «*Uti-Puti*», «*BeerLoga*», «*WISHНЯ*» и др.

С помощью языковой игры эргоним может быть комичным, экспрессивным и оригинальным. Например, используя иноязычные единицы, образовались такие названия как: «*WISH+ня*», «*Beer+Loga*», «*Urban+Хайп*» и др. А в примере названия «*PRO100 Lombard*» русское слово «просто» представлено английским словом «*pro*» и числительным «сто». В данных примерах мы наблюдаем языковую игру на словообразовательном уровне.

4. Словообразовательный: использование приемов морфемной деривации, субстантивации, сложения. Например: «*Qazanok*», «*Башмачок*», «*Данчик*», «*Сластена*», «*Гаухартас*», «*Карамелька*» и др. Частотно суффиксальное словообразование, чаще всего это суффиксы уменьшительно-ласкательные: «*Башмач+ок*», «*Дан+чик*», «*Карамель+к+а*». Этот способ придает названиям экспрессию, приятное звучание и хорошее впечатление.

5. Эргонимы с числовым компонентом и с материальной индексацией. Например: магазины продуктов «888», «A2», «7 Казына», «333», «7-я», авторемонт «4 колеса», бар «404BNF», караоке «Hot2be» и др. Использование числительных, которые характерны для определенной сферы деятельности, приводит к удачным необычным названиям («4 колеса», «7 Казына»). При помощи языковой игры и богатых коннотациями числительных, с каждым разом создается все больше интересных эргонимов («7-я», «Hot2be»).

Таким образом, эргонимы любого города всегда так или иначе отражают особенности культуры, экономики, географии. Эргонимы города Нур-Султан очень разнообразны по своему строению и смыслу, так как они отражают особенности поликультурного социума и устремления государства.

Литература:

1. Алистанова Ф.Ф. Особенности образования современных эргонимов лексико-синтаксическим способом и аббревиацией // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. №5-1 (71). // Электронный ресурс [Режим доступа]:<https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-obrazovaniya-sovremennyh-ergonimov-leksiko-sintaksicheskim-sposobom-i-abbreviatsiey>

2. Курбанова М.Г. Эргонимы современного русского языка: семантика и прагматика: диссертация ... канд. филол. наук: 10.02.01. – Волгоград, 2015. – 191 с. // Электронный ресурс [Режим доступа]: C:/Users/user/Desktop/kurbanova_m_g_ergonimy_sovremennogo_russkogo_yazyka_semantik.pdf

ОККАЗИОНАЛИЗМЫ В РЕКЛАМЕ И СМИ

Димакова А.

dimakova-98@mail.ru

Научный руководитель: к.ф.н., доцент Глотова Е.А.

elena_glотова_62@mail.ru

Омский государственный педагогический университет

г. Омск, Россия

Всё больше и больше места занимают реклама и СМИ в нашей жизни. Можно уже не открывать газету, достаточно зайти на любой сайт и вот, окошко с «горящими» новостями перед нашими глазами. Век информационных технологий поглощен погоней за свежими репортажами, шокирующими интервью и т.п. Натолкнувшись на очередное «вы этого достойны» или «ещё не приобрели, тогда скорее записывайте телефон», мы вдруг слышим необычные слова: «Сникерсни», «Замиксуй», «Замуррчательно». Подобные слова называются окказионализмами. При помощи таких слов авторы пытаются привлечь нас к экрану телевизора, гаджета или к печатному изданию.

Большую часть примеров игры можно обнаружить в заголовках статей: *ЕГЭ-образце* (Ряз. ведомости. 2011. 9 сент.); *«Звонилкина» история* (Молодежная среда. 2011. 19 янв.); *Так жить лъзя!* (Лит. газ. 2011. 30 марта – 5 апр.); *С колен нас подняли нефtedоллары* (Нов. газ. 2008. 3 марта); *лысорубы* (Нов. газ. 2008. 19 мая); *онкопреодоление* (Ряз. ведомости. 2011. 4 февр.).

Мы говорим о том, что окказионализмы – результат творческого проявления автора. Зачастую новообразования не закрепляются в языке, существуют в конкретном произведении, контексте. Например, известное «бобэоби» или «гзи-гзи-гзэо» невозможно встретить нигде, кроме как в стихотворении В. Хлебникова.

До сих пор ученые не пришли к единому мнению по поводу новых слов. Выделяется несколько разновидностей: неологизмы, потенциальные слова и окказионализмы. Неологизмами называют совсем