

RU

Ономастические доминанты российского
и британского новостного дискурса

Тарасов Д. С.

Аннотация. Целью данного исследования выступает типологизация стилистических и лексических характеристик ономастических доминант (ономоантропонимов, ономотопонимов, ономозоонимов) российского и британского новостного дискурса и их полисемантических и омонимических вариаций. В статье описаны и проанализированы заголовки и брифы таких новостных издательств, как РИА Новости, РБК, ТАСС, Газета.ру (Россия) и The Times, The Guardian, The Independent, The Daily Telegraph, The Observer, Daily Mail (Великобритания). Последовательный анализ ономастических феноменов дискурса современных российских и британских СМИ позволил выявить стилистические, прагматические и когнитивные характеристики исследуемых доминант. Научная новизна исследования заключается в сопоставлении особенностей применения ономастических единиц в новостных заголовках и новостных брифах традиционных и новых российских и британских СМИ. В результате исследования установлено, что для современного новостного дискурса России и Великобритании характерно использование таких полисемантических ономастических феноменов, как ономоантропонимы и ономотопонимы и – реже – ономотопонимы и ономофитонимы для создания эффекта языковой игры, метафоры и аллюзии и достижения большего аттрактивного и прагматического воздействия на потенциального читателя.

EN

Onomastic dominants of Russian and British news discourse

D. S. Tarasov

Abstract. The aim of this study is to typologize the stylistic and lexical characteristics of onomastic dominants (onomoanthronyms, onomotonyms, homonyms) of Russian and British news discourse and their polysemantic and homonymic variations. The article describes and analyzes the headlines and briefings of such news publishers as RIA Novosti, RBC, TASS, Gazeta.ru (Russia) and The Times, The Guardian, The Independent, The Daily Telegraph, The Observer, Daily Mail (UK). A consistent analysis of the onomastic phenomena of the discourse of modern Russian and British mass media has revealed the stylistic, pragmatic and cognitive characteristics of the studied dominants. The scientific novelty of the study is to compare the features of the use of onomastic units in news headlines and news briefings of traditional and new Russian and British media. As a result of the study, it was found that the modern news discourse in Russia and the UK is characterized by the use of such polysemantic onomastic phenomena as onomoanthronyms and onomotonyms and, less often, onomotonyms and onomophytonyms to create the effect of language play, metaphors and allusions and achieve a greater attractive and pragmatic impact on the potential reader.

Введение

Одной из глобальных тенденций современных исследований в области языкознания является полипарадигмальность филологического знания. Направлением, реализующим полипарадигмальный подход в области современной лингвистики, выступает ономастика. Ономастические исследования реализуются современными учеными в рамках трех основных направлений: как раздел языкознания, как вспомогательная наука на стыке лингвистики и философии и как самостоятельная междисциплинарная сфера исследований. Предметом ономастических исследований становится имя собственное как лингвистическая категория, а также параметры и особенности его функционирования в различных лингвокультурных пространствах.

Особый интерес для ученых представляет изучение ономастических доминант на материале сопоставления различных лингвокультур, а также полинациональных языков.

Актуальность данного исследования заключается в изучении ономастического пласта лексики, репрезентируемого в современном пространстве новостного дискурса и принадлежащего российской и британской лингвокультурам. Сопоставление ономастических доминант двух данных лингвокультурных пространств позволяет сравнить особенности полисемантии и омонимии ряда ономастических единиц антропонимического и топонимического характера. Помимо этого, проведенный анализ даст возможность рассмотреть особенности языковой репрезентации ономастических доминант, формирующих уникальную картину мира, характерную для новостного дискурса России и Великобритании.

Для реализации поставленной цели, нами были обозначены следующие задачи:

- 1) подбор и количественный анализ эмпирического материала (новостных статей) ряда новостных издательств России и Великобритании;
- 2) выделение и анализ ономастических доминант, а также количественный анализ их репрезентации (антропонимы, топонимы, зоонимы, фитонимы и пр.);
- 3) рассмотрение основных лингвокультурных параметров антропонимов и топонимов, характерных для новостного дискурса России и Великобритании, с целью выявления их доминантных черт;
- 4) выделение регулярных способов функционирования этноспецифичной ономастической лексики в текстах современного новостного дискурса России и Великобритании.

Для решения поставленных задач нами были использованы следующие методы: метод сплошной выборки для отбора текстов новостного дискурса; метод анализа дискурса для изучения текстового материала; метод корпусного анализа для автоматизированного выделения онимических единиц; метод анализа словарных дефиниций; метод семантического анализа ономастических лексем; метод лингвокультурного анализа текста для выделения этноспецифических параметров функционирования антропонимов и топонимов русского и британского новостного дискурсов.

Теоретическую базу исследования составили труды О. С. Чесноковой, М. Радович (Чеснокова, 2023; Чеснокова, Радович, 2020) по изучению современных тенденций в области ономастики, таких как явление ономастического перифраза, национально-специфических ономастических доминант языка, работы К. Э. Болотниковой (2018), О. Е. Вороничева (2016) по изучению феномена ономастических доминант в различных лингвокультурах, влияния национальной концептосферы на формирование доминантных компонентов языка, В. В. Робустовой (2015), В. И. Супруна (2000) по исследованию особенностей ономастической номинации в языке, а также эстетико-художественного потенциала их употребления. Помимо этого, нами были использованы работы по лингвокультурологии, например, труды Е. Л. Березович (2000) и Е. М. Верещагина, В. Г. Костомарова (2005) по изучению влияния языка и культуры на формирование лексического фона, а также онимов различного генеза, свойственных для определенной лингвокультуры, работа Д. И. Ермоловича (2001) по исследованию универсальных онимов и их характеристик в глобальном семиотическом пространстве. Дополнительно нами были привлечены исследования по семиотике М. Е. Покровской (2020) и Л. М. Васильева (2015), направленные на изучение семантики онимов, а также этимологии и концептуальному наполнению имен собственных, принадлежащих различным культурам.

Практическая значимость проведенного исследования состоит в применении полученных результатов для составления и дополнения словарей топонимикона и антропонимикона русского и английского языков, для разработки спецкурсов и учебных пособий по сравнительно-сопоставительному языкознанию и анализу дискурса.

Обсуждение и результаты

В рамках текущего исследования под ономастическими доминантами понимаются ведущие лингвистические и экстралингвистические параметры, организующие семиотическое и ономастическое пространство национального языка или его инварианта (Болотникова, 2018). При этом исследователи отмечают, что ономастические доминанты отражают национальную идентичность и языковую картину мира носителей определенной лингвокультуры. Также стоит отметить, что ключевые онимы культуры могут выражаться не только прямым путем, но и путем перифраза (Чеснокова, 2023; Чеснокова, Радович, 2020).

Применение лингвокультурного метода позволяет исследовать отражение языковой картины мира посредством анализа ключевых компонент.

В. В. Робустова (2015) изучает когнитивную ономастику как новое направление в изучении онимов. Так, исследователь рассматривает не только вопросы номинации и семантики ономастических единиц, но и прагматику их воздействия на реципиентов, а также особенности функционирования в дискурсивном пространстве.

О. Е. Вороничев (2016), в свою очередь, рассматривает вопросы полисемии и омонимии в случаях изучения онимов. Так, многообразие современной культуры порождает явление полисемии, когда одни и те же ономастические единицы могут иметь одинаковую форму выражения (звуковую, буквенную или звуко-буквенную), а иногда – метонимически переносить значения непосредственно с называемого лица на соотносимые с ним произведения, изображения или иные смежные понятия.

Сложным представляется аспект сопоставления ономастических доминант различных культур, особенно неродственных, которыми являются российская и британская. Ряд исследователей (Супрун, 2000; Березович, 2000; Верещагин, Костомаров, 2005; Ермолович, 2001; Васильев, 2015) утверждают, что ономастические доминанты имеют не только культурно-обусловленную окраску, но и выраженную этноспецифичность, в рамках которой развивается значимость той или иной ономастической доминанты, а также присущая ей эмотивная окраска.

Так, для современной культуры СМИ и новых медиа характерны онимы следующей природы:

- 1) библеизмы (антропонимы, топонимы, фитонимы);
- 2) мифологизмы (антропонимы, зоонимы, топонимы);
- 3) историзмы (антропонимы, топонимы);
- 4) неологизмы (в том числе авторские);
- 5) элементы интертекста, в первую очередь художественного и политического дискурса (Замальдинов, 2019).

Исследователи современного языка медиа отмечают, что наиболее частотными являются обращения к именам собственным, принадлежащим реальным (историческим) или вымышленным персонажам (художественная литература, мифы, религия), имеющим значение для данной лингвокультуры. Таким образом, применение антропонимов представляет собой один из наиболее значимых культурных элементов, что подтверждается исследователями как русской, так и британской лингвокультуры (Замальдинов, 2019; Волова, Опарина, Ракова, 2025).

Проведенное исследование было направлено на сравнительно-сопоставительное изучение употребления онимов (в первую очередь антропонимов и топонимов) в дискурсе СМИ и новых медиа на русском и английском языках, принадлежащих, соответственно, русской и британской лингвокультурам. Исследование проходило в несколько этапов: на первом этапе осуществлялся подбор корпуса эмпирического материала (статей, новостных брифов и обзоров) на русском и английском языках; в рамках проведенного исследования были выделены основные новостные агентства, ставшие целевыми ресурсами данного исследования (российские: РИА Новости (<https://ria.ru/>), РБК (<https://chr.rbc.ru/>), ТАСС (<https://tass.ru/>), Газета.ру (<https://www.gazeta.ru/>), Интерфакс (<https://www.interfax.ru/>) – и британские: The Times (<https://www.thetimes.com/>), The Guardian (<https://www.theguardian.com/>), The Independent (<https://www.independent.co.uk/>), The Daily Telegraph (<https://www.telegraph.co.uk/>), The Observer (<https://observer.co.uk/>), Daily Mail (<https://www.dailymail.co.uk/home/index.html>)); далее, посредством корпусного анализа, были выделены антропонимы, топонимы, зоонимы и фитонимы, используемые в медиатекстах; дальнейший анализ проводился путем применения лингвокультурологического, семантического и дискурс-анализа для определения лингвокультурного, прагматического и эмотивного потенциала выделенных единиц; на заключительном этапе исследования осуществлялся сопоставительный анализ выделенных единиц согласно параметрам (эмотивная окраска, лингвопрагматический потенциал, лингвокультурная специфика).

Так, имя собственное в различных лингвокультурах может включать до *n* элементов. Для британской лингвокультуры характерно использование двусоставной модели, тогда как для русской – трехсоставной. Антропоним британского происхождения имеет в своем составе личное имя, фамилию, этикетное слово (Mr., Mrs., Dr. и т. д.) или может включать в себя устойчивый эпитет (например, little Napoleon). Для антропонима русской лингвокультуры характерна трехчастная модель, в которую входит имя, отчество (патроним), фамилия, или один из этих элементов заменяется на лексему, номинирующую профессию (президент, политик, постпред, писатель и т. д.). Описанная модель характерна для официального стиля новостных сообщений, что чаще встречается в текстах традиционных медиа.

При обращении к анализу текстов новых медиа можно отметить использование более фамильярного стиля, для которого свойственно применение одночастной модели прямой номинации или комплексной модели метафорической номинации антропонимов как в британском, так и в русском медиадискурсе. Так, примером одночастной модели номинации может стать использование прецедентной фамилии, например, Churchill, O'Dwyer в британском дискурсе, и патронима в российском новостном дискурсе – Степаныч, Иванна и пр. Иным типом применения антропонимов становится использование метафорического переноса, такого как The Iron Maiden, BoJo the Clown или Отец народов, Великий кормчий. Использование приемов метафоризации позволяет избежать прямого упоминания личности, что особенно характерно для формата политического каламбура или комплексной аллюзии (не только к личности, но и сопутствующему образу или известным событиям).

Self-styled "Disruptor-in-chief" vying to be Britain's next PM (The Observer, 2024). / *Самопровозглашенный «Исполнительный разрушитель» вновь претендует на должность премьер-министра Великобритании* (здесь и далее перевод выполнен автором статьи. – Т. Д.).

Применение метафорического переноса как отсутствия прямой номинации позволяет привлечь внимание потенциального зрителя (прагматическая функция), отразить негативную и насмешливую эмоциональную окраску (*Self-styled "Disruptor-in-chief"* – эмотивная функция), а устойчивое сочетание слов Disruptor-in-chief, ассоциирующееся в восприятии читателей с Лиз Трасс (премьер-министр Великобритании в 2022 г.), позволяет отразить семантическое содержание концепта, заложенного в антропоним.

Интересным также является сочетание антропонима и фитонима, используемое для номинации экс-премьер-министра Великобритании Лиз Трасс:

Liz Truss: More than a lettuce? On 6 September 2022, Liz Truss replaced Boris Johnson to become Queen Elizabeth II's 15th and last prime minister of the United Kingdom (The Independent, 2025). / *Лиз Трасс: больше, чем салат? 6 сентября 2022 Лиз Трасс сменила Бориса Джонсона на посту премьер-министра Великобритании, став 15 и последним премьер-министром королевы Елизаветы II.*

В данном примере авторами статьи используется фитоним *lettuce* в сочетании с антропонимом *Liz Truss* для двойственной номинации одного действующего лица, что позволяет реализовать как информационную

(прямая номинация), так и эмотивную и аттрактивную функции за счет использования фитонима. Такое сочетание дает возможность как уточнить номинацию антропонима, так и привлечь внимание потенциального читателя за счет использования распространенного в инфосфере номинанта.

В современных британских СМИ и новых медиа образ Лиз Трасс ассоциируется у читателей и издателей с салатом и салатовым цветом. Данная ассоциация этимологически связана с цветом костюмов Лиз Трасс, в которых она появлялась на значимых мероприятиях и интервью. Таким образом, фитоним *lettuce* стал нарицательным для образа Лиз Трасс и после окончания ее министерского срока.

В отечественных медиа использование антропонимов также связано в основном с актуальной политической сферой, но встречаются и имена собственные из иных дискурсов: художественного, кинодискурса и т. д. *Песков назвал напряженной ситуацию с ценами на нефть* (Интерфакс, 2025).

Можно отметить, что в новостных заголовках и новостных брифах антропонимы российского новостного дискурса часто употребляются в рамках односоставной модели (*Песков, Путин, вице-премьер*):

Вице-премьеры России и Белоруссии обсудили объединенный рынок нефти и газа (Интерфакс, 2025).

Данная тенденция может быть связана со снижением объема новостных текстов, а также с представлением коротких новостных брифов в социальных сетях и лентах новостей. Сокращение имен собственных путем применения одночастной модели может позволить реализовать данную стратегию.

Еще одним частотным элементом современных тестов новостного дискурса России и Великобритании становятся топонимы. Топонимикон современного языка обширен и включает в себя множество единиц более низкого порядка: потапонимы, дримонимы, микрохоронимы, полисонимы, комонимы, катойконимы, ойконимы и пр. В данном исследовании мы будем использовать гипероним *топоним* для обозначения выделенных единиц.

“People are devastated”: anger and anxiety as Peak District loses its last bank (The Guardian, 2023). / *Люди в отчаянии: гнев и тревога возникли в связи с закрытием последнего банка в Пик Дистрикт*.

В приведенном нами новостном брифе газеты *The Guardian* использован топоним (астионим) *Peak District*, именующий конкретный населенный пункт в Великобритании. Применение топонима служит цели конкретизации для обозначения проблемы в определенной области. Помимо этого, можно отметить, что иных конкретизирующих онимов в этом новостном брифе нет: отсутствуют названия банков, улиц, а также конкретные даты или имена. В данном случае применение топонима преследует цель приведения конкретного примера в рамках эмотивно-окрашенного текста (применение эмоционально-окрашенных лексем *devastated: anger and anxiety*).

Особенностями использования топонимов в британском новостном дискурсе является их преимущественное функционирование в теле статьи, а не в заголовке: такая тенденция также связана с краткостью новостных заголовков, в связи с чем любые элементы конкретизации переносятся непосредственно в новостную статью и не фигурируют в заголовке и брифе, а также аннотации статьи. Чаще всего в заголовки российских и британских СМИ включаются топонимы, являющиеся нарицательными для политической системы, партии или органа власти:

В Кремле внимательно следят за тревожной ситуацией в мировой экономике в связи со снижением цен на нефть, но российские власти делают все, чтобы минимизировать последствия экономического шторма для страны (Интерфакс, 2025).

Buckingham Palace says it did not crop Meghan out of Harry’s birthday photograph shared by Kate and William (The Independent, 2024). / *В Букингемском дворце заявили, что не удаляли Меган с фотографий со дня рождения принца Гарри, опубликованных принцем Уильямом и его супругой Кейт*.

В рассмотренных примерах, как на русском, так и на английском языках, топонимы *Кремль* и *Buckingham Palace* применяются для олицетворения администрации, действующей власти или правящей династии (в случае с Великобританией). Использование генерализованных топонимов позволяет не называть конкретных должностных лиц или иные источники получения информации. Помимо прочего, упоминание генерализованного топонима позволяет реализовать авторитарную функцию по представлению источника, имеющего авторитет для потенциального читателя.

Как в российском, так и в британском новостном дискурсе в случае применения топонимов как генерализации образа действующей власти используется прием олицетворения. Существенным отличием становится применение активного залога в британском новостном дискурсе и пассивного с употреблением безличных конструкций для русского новостного дискурса.

В ходе исследования был проведен количественный анализ использования антропонимов и топонимов в российском новостном дискурсе (Таблица 1).

Таблица 1. Сравнительное использование антропонимов и топонимов в российском (Р) и британском (Б) новостном дискурсе

Оним / частотность	Имя + фамилия	Фамилия + этикетное слово	Фамилия + профессия / должность	Прозвище / патроним / фамилия	Метафоризация	Топоним	Топоним (олицетворение)
Новостной заголовок	35% (Р) 42% (Б)	12% (Р) 27% (Б)	20% (Р) 12% (Б)	14% (Р) 33% (Б)	15% (Р) 12% (Б)	7% (Р) 10% (Б)	17% (Р) 19% (Б)
Аннотация	27% (Р) 30% (Б)	7% (Р) 19% (Б)	25% (Р) 22% (Б)	15% (Р) 36% (Б)	14% (Р) 16% (Б)	21% (Р) 19% (Б)	6% (Р) 10% (Б)
Новостной бриф	42% (Р) 40% (Б)	5% (Р) 9% (Б)	27% (Р) 7% (Б)	17% (Р) 22% (Б)	17% (Р) 22% (Б)	21% (Р) 22% (Б)	14% (Р) 21% (Б)
Новостная статья	57% (Р) 55% (Б)	15% (Р) 22% (Б)	28% (Р) 12% (Б)	28% (Р) 32% (Б)	16% (Р) 14% (Б)	18% (Р) 23% (Б)	28% (Р) 10% (Б)

Общая совокупность проанализированных текстов составила 5239 единиц, общая частотность применения онимов – 100% или не менее 200 единиц на 1000 лексических сочетаний. Совокупное употребление фитонимов и зоонимов составило менее 5% от общей совокупности, в связи с чем анализ их частотности не выносится в общую таблицу.

Таким образом, можно заключить, что различия в структуре применения онимов и функционирования ономастических доминант имеют заголовки новостных материалов и новостных статей в российском и британском медиадискурсе, тогда как структура их употребления в новостных брифах и аннотациях более стандартизирована.

Можно отметить, что применение антропонимов в различных формах в российском и британском дискурсе СМИ обусловлено экстралингвистическими параметрами, такими как сложившаяся традиция журналистского или публицистического письма, требования печатных и электронных издательств.

В отличие от российского медиадискурса, британские СМИ чаще используют такую структуру антропонима, как «имя и фамилия» и «имя/фамилия и этикетное слово», что обусловлено лингвокультурными традициями: в русской лингвокультуре принято применять структуру имя – фамилия – патроним и именование профессии, тогда как этикетные слова фактически отсутствуют. В свою очередь, в британском новостном дискурсе, напротив, использование этикетных слов частотно.

Также в британских медиа гораздо чаще используют прозвища или фамилии в качестве одночастных антропонимов, тогда как для русской лингвокультуры данная стратегия находится вне рамок вежливости.

В тексте новостных статей в российских СМИ чаще применяют антропонимы в форме наименования профессии и имени или фамилии.

Относительно функционирования топонимов можно отметить, что топонимы в формате олицетворения более характерны для дискурса российских СМИ. Также можно подчеркнуть, что, в отличие от антропонимов, топонимы в медиадискурсе в основном встречаются в статье или новостной аннотации, тогда как формат новостного заголовка или новостного брифа редко предусматривает использование элементов топонимикона.

Заключение

В качестве выводов можно отметить, что функционирование ономастических доминант российского и британского новостного дискурса имеет как ряд различий, обусловленных лингвистическими и экстралингвистическими факторами, так и ряд сходств, вызванных особенностями жанра текстов медиадискурса.

В рамках произведенного сплошного подбора статей, принадлежащих к российскому и британскому новостному дискурсу, можно отметить, что более 98% материалов содержат онимы различной природы, представленные преимущественно антропонимами (76% – для российского новостного дискурса, 79% – для британского новостного дискурса) и топонимами (67% – для российского новостного дискурса и 60% – для британского новостного дискурса). Онимы различной природы встречаются как в заголовках и брифах (кратких сообщениях), так и в основных текстах статей.

Анализ количественного подсчета употребления онимов различной природы показал, что наиболее частотными как для российского, так и для британского новостного дискурса являются антропонимы и топонимы неодинаковой степени генерализации, тогда как фитонимы и зоонимы встречаются гораздо реже (15% и 21% для фитонимов соответственно в российском и британском новостном дискурсе, 24% и 12% для зоонимов соответственно в российском и британском новостном дискурсе).

В качестве ключевых доминантных черт, формирующих лингвокультурные параметры антропонимов в российском новостном дискурсе, можно выделить применение трехчастных и одночастных форм антропонимов, обозначающих официальных лиц, тогда как для британского новостного дискурса более характерно использование двухчастной модели с указанием должностной идентификации и фамилии. Относительно топонимов можно отметить, что как для российского, так и для британского новостного дискурса характерно употребление приемов олицетворения для обобщенного обозначения правящей власти, а также применение метафорических форм для не прямой номинации.

В качестве этно-специфических черт употребления онимов можно отметить различную структуру онимов, что чаще всего связано с лингвокультурной традицией новостного письма или принятыми этикетными нормами. При этом следует отметить, что в современном медиадискурсе наблюдаются значительные различия в функционировании ономастических доминант в новостных заголовках и текстах статей. Так, в британском медиадискурсе более частотно использование этикетных слов, а также двухчастной модели в функционировании антропонимов, тогда как для российского медиадискурса более частотно применение номинатива профессии. При этом использование прозвищ и одночастных антропонимов является частотным для британских медиа, тогда как для российских такая традиция нехарактерна. Применение топонимических доминант, в свою очередь, подразумевает частотное использование топонимов-олицетворений в российском медиадискурсе. При этом топонимы как российского, так и британского медиадискурса функционируют в основном в новостных аннотациях и статьях и редко встречаются в кратких формах медиадискурса, таких как бриф и новостной заголовок.

В качестве ключевых особенностей проведенной типологизации можно отметить применение моделей прямой и не прямой (метафорической) номинации ономастических доминант российского и британского

новостного дискурса, при этом следует сказать, что, несмотря на высокую частотность метафорических номинаций (19% – для российского новостного дискурса и 18% – для британского новостного дискурса), прямая номинация является более частотной вследствие преимущественно информационной направленности описываемого дискурса. В качестве наиболее распространенных полисемантов можно выделить обращение к глобальным феноменам современной медийной и массовой культуры, а также историческим личностям, имеющим значение в мировом масштабе.

В качестве перспектив дальнейшего исследования можно отметить изучение более редких форм реализации ономастических доминант, таких как зоонимы, фитонимы и частные элементы топонимикона (катоиконимы, дримонимы, комонимы, патомонимы и т. д.) в рамках российского и британского медиадискурса, а также сопоставительное изучение глобальных и локальных СМИ российского и британского происхождения.

Источники | References

1. Березович Е. Л. Русская топонимия в этнолингвистическом аспекте. Екатеринбург, 2000.
2. Болотникова К. Э. Ономастические доминанты в языковой картине мира квебекцев: автореф. дисс. ... к. филол. н. М., 2018.
3. Васильев Л. М. Современная лингвистическая семантика. М.: Книжный дом «Либроком», 2015.
4. Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. Язык и культура. Три лингвострановедческие концепции: лексического фона, рече-поведенческих тактик и сапиентемы / под ред. и с послесловием академика Ю. С. Степанова. М.: Индрик, 2005.
5. Волова В. М., Опарина К. С., Ракова Е. В. Функционирование прецедентных имен собственных (сфера-источник «Политика») на примере современных англоязычных публицистических текстов // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2025. Т. 18. Вып. 1.
6. Вороничев О. Е. О типах и стилистических качествах ономастических доминант каламбура // Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: лингвистика креатива. 2016. № 2.
7. Ермолович Д. И. Имена собственные на стыке языков и культур. М., 2001.
8. Замальдинов В. Е. Антропонимы как источник новообразований в языке СМИ и интернет-коммуникации // Вестник Удмуртского университета. Серия: История и филология. 2019. № 29 (3).
9. Покровская М. Е. Трансформации топонимов в ономастике английского и русского языков: грамматика, структура, семантика // Litera. 2020. № 1.
10. Робустова В. В. Когнитивно-функциональные особенности ономастической номинации // Магия ИННО: новое в исследовании языка и методике его преподавания: материалы Второй научно-практической конференции: в 2 т. М.: Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации, 2015. Т. 1.
11. Супрун В. И. Ономастическое поле русского языка и его художественно-эстетический потенциал: автореф. ... д. филол. н. Волгоград, 2000.
12. Чеснокова О. С. Перевод ономастических перифраз как акт познания и творчества // Актуальные проблемы современного языкового образования в вузе: вопросы теории языка и методики обучения: сборник тезисов IX Международной научно-практической конференции. Коломна: Некоммерческое партнерство «Национальное общество прикладной лингвистики», 2023.
13. Чеснокова О. С., Радович М. Ономастические перифразы в национальной концептосфере // Русский язык в современном научном и образовательном пространстве: сборник тезисов Международной научной конференции, посвященной 90-летию профессора Серафимы Алексеевны Хаврониной. М.: Российский университет дружбы народов (РУДН), 2020.

Информация об авторах | Author information



Тарасов Даниил Станиславович¹

¹ Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы, г. Москва



Daniil Stanislavovich Tarasov¹

¹ Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Moscow

¹ daniil_tarasov@list.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 08.04.2025; опубликовано online (published online): 30.05.2025.

Ключевые слова (keywords): ономастические единицы; полисемант; ономоантропоним; ономотопоним; новостной дискурс; onomastic phenomena; polysemant; onomoanthroponym; onomotoponym; news discourse.