

На правах рукописи



Бугрышева Екатерина Сергеевна

Особенности образования ономастических реалий-неологизмов в  
контексте медийного (TV) дискурса

(на материале английского, французского и русского языков)

Специальность 10.02.20 –

Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное  
языкознание

**Автореферат** диссертации на соискание учёной степени кандидата  
филологических наук

Мытищи – 2020

Работа выполнена в Государственном образовательном учреждении высшего образования Московской области Московском государственном областном университете на кафедре романской филологии факультета романо-германских языков Института лингвистики и межкультурной коммуникации

Научный руководитель: доктор филологических наук, доцент Скуратов Игорь Владимирович

Официальные оппоненты:

Фененко Наталья Александровна, доктор филологических наук, доцент, Воронежский государственный университет, кафедра французской филологии, профессор

Кравчук Юлия Сергеевна, кандидат филологических наук, Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации, кафедра английского языка № 4, доцент

Ведущая организация: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Курский государственный университет»

Защита состоится «17» апреля 2020 г. в 11 ч. 30 м.

на заседании диссертационного совета Д.212.155.04 по филологическим наукам на базе Государственного образовательного учреждения высшего образования Московской области Московского государственного областного университета по адресу: 105005, Москва, Переведеновский переулок, д. 5

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на сайте Государственного образовательного учреждения высшего образования Московской области Московского государственного областного университета: <http://mgou.ru>

Автореферат разослан «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета Д 212.155.04  
кандидат филологических наук, доцент

Ю.А. Евграфова

## Общая характеристика работы

Реферируемая диссертация посвящена системному анализу особенностей образования ономастических реалий-неологизмов, употребляющихся в телевизионных дискурсах английского, французского и русского языков.

Тот факт, что неологизмы появляются как среди имён нарицательных, так и собственных, а также то, что оним-неологизм может обладать специфичностью для культуры определённой страны (группы стран), объясняет существование лексических единиц, которые соединяют в себе свойства имён собственных, реалий и неологизмов.

**Актуальность** настоящей работы обусловлена неразработанностью ряда вопросов, связанных с тесным взаимодействием вышеупомянутых категорий лексики, и научным интересом к ним.

Настоящее исследование опирается на разработки отечественных и зарубежных учёных, внёсших вклад в изучение неологизмов, реалий, онимов, словообразования, теорий текста и дискурса.

Неологизмам и вопросам словообразования посвящены труды таких учёных, как А.В. Ившин [Ившин, 2013], В.В. Лопатин [Лопатин, 1973], И.А. Цыбова [Цыбова, 2015], В.Г. Гак [Гак, 2010], Г.С. Чинчлей [Чинчлей, 1991], И.Г. Жирова [Жирова, 2014], Г.В. Овчинникова [Овчинникова, 2009], И.С. Улуханов [Улуханов, 2004], О.И. Максименко [Максименко, 2014], Н.Г. Епифанцева [Епифанцева, Сахарова, 2015], А.А. Балута [Балута, Епифанцева, 2016], Н.З. Котелова [Котелова, 1983], И.В. Скуратов [Скуратов, 2011, 2014, 2015, 2017], Л.А. Телегин [Телегин, 1992, 2018], Л.П. Рыжова [Рыжова, 2012], М.Н. Левченко [Левченко, 2015], Н.А. Катагощина [Катагощина, 2012], Э.А. Сорокина [Сорокина, 1984], Е.В. Сенько [Сенько, 2017], Л.В. Рацибурская [Рацибурская, 2016], И.Г. Щербакова [Щербакова, 2008], И.Ю. Чернышова [Чернышова, 2011], Д. Корбэн [Corbin, 1987], А. Дарместетер [Darmesteter, 1874], Ж. Дюбуа, [Dubois, 1962], Л. Делекер [Derecker, 2001], Ж. Прюво, Ж.-Ф. Саблеролль [Pruvost, Sablayrolles, 2003; Sablayrolles, 1996].

Имена собственные рассматриваются в работах таких лингвистов, как А.А. Реформатский [Реформатский, 1963], А.В. Суперанская [Суперанская, 1973, 1984, 1986], В.А. Никонов [Никонов, 1974], Г.В. Овчинникова [Овчинникова, 2009], И.Г. Жирова [Жирова, 2010], И.И. Валуйцева [Валуйцева, 2014], Л.К. Свиридова [Свиридова, 2014, 2017], Л.П. Рыжова [Рыжова, 2012], Н.В. Подольская [Подольская, 1978], О.Н. Трубочёв [Трубочёв, 1994], Р.Ю. Намитокова [Намитокова, 1993], Т.В. Евсюкова [Евсюкова, 2017], В.А. Ражина [Ражина, 2007],

О.С. Фоменко [Фоменко, 2009], В. Ташицкий [Ташицкий, 1961], Дж.О. Батлер [Butler, 2013], А.Х. Дэвит [Davyth, 2003], О. Фелекан, [Felecan, Bughesiu, 2013].

Реалии изучаются в трудах следующих учёных: Г.Д. Томахин [Томахин, 1997], Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров [Верещагин, Костомаров, 2005], Л.С. Бархударов [Бархударов, 1975], С. Влахов и С. Флорин [Влахов, Флорин, 2012], Б.И. Репин [Репин, 1970], В.В. Ощепкова [Ощепкова, 2014], Г.Т. Хухуни [Хухуни, Смыслов, 2011], [Хухуни, Пугина, 2010], Н.А. Фененко [Фененко, 2001], М.В. Зырянова [Зырянова, 2011], М.Л. Вайсбурд [Вайсбурд, 1972], В.С. Кудряшов [Кудряшов, 1989], М. Lederer [Lederer, 1994].

Теории текста и дискурса получают своё развитие в работах следующих исследователей: Е.С. Кубрякова, Л.В. Цурикова [Кубрякова, Цурикова, 2008], А.А. Кибрик, В.А. Плунгян [Кибрик, Плунгян, 1997], И.Г. Кошечая [Кошечая, 2017], И.П. Сусов [Сусов, 1990], Е.Л. Туницкая [Тунцкая, 2010], Н.А. Крувко [Крувко, 2010], М.В. Йоргенсен, Л.Дж. Филлипс [Йоргенсен, Филлипс, 2008], Э. Бенвенист [Бенвенист, 1974], А. Бэлл, П. Гарет [Bell, Garret, 1998], Н. Фэркло [Fairclough, 1989, 2003], М. Фуко [Foucault, 1972].

Данное исследование также основывается на трудах таких лингвистов, как Ф. де Соссюр [Соссюр, 1998], И.И. Валуйцева, Г.Т. Хухуни [Валуйцева, Хухуни, 2012, 2016], М.Н. Левченко [Левченко, 2016], А.Е. Гусева [Гусева, 2008], О.И. Максименко, М.В. Беляков [Беляков, Максименко, 2017], Е.Л. Кузьменко [Кузьменко, 2016], Л.И. Борисова [Борисова, 2016], О.П. Крюкова [Крюкова, 2017], А.А. Лебедева [Лебедева, 2014], Ю.С. Кравчук [Кравчук, 2018], Ж. Дарбельне [Darbelnet, 1981].

**Объектом** исследования являются характеристики ономастических реалий-неологизмов, общее количество которых составило 1766 лингвистических единиц. Из них 583 лингвистические единицы принадлежат французскому языку, 585 – английскому и 598 – русскому.

**Предмет** изыскания состоит в выявлении специфики создания ономастических реалий-неологизмов в английском, французском и русском языках в современных условиях межкультурной и межъязыковой коммуникации.

**Материалом исследования** послужили ономастические реалии-неологизмы из программ франко-, англо- и русскоязычного телевидения: «50 минут внутри», «Пункт назначения – Франкофония», «Гость студии», «Тележурнал технических новинок», «200 миллионов критиков», «Киоск», «Акустика», «Развитие планеты», «Доброе утро, бизнес»; «Большие вопросы», «Шоу о культуре», «Клик», «Умный в квадрате», «Ньюснйт», новостные и развлекательные передачи на

русском языке, интервью со знаменитыми людьми современности, британские документальные фильмы серии «Business Boomers», вышедшие на каналах TV5Monde, TF1, BFM Business, BBC1, BBC World, BBC2, NYC, «Первый», «РБК», «Россия» в период с 2005 по 2017 гг.

Неологический характер рассматриваемых ономастических реалий-неологизмов подтверждается тем фактом, что все они (по крайней мере, в указанном значении) появились не раньше 1990 г. Выбранные лингвистические единицы не зарегистрированы толковыми и ономастическими словарями современного французского, английского и русского языков [Larousse: энциклопедия и бесплатные словари онлайн, Электронный ресурс; Малый Робер имён собственных, 2011; Малый Робер: алфавитный и ассоциативный словарь, 2014; Онлайн словарь английского языка Лонгман, Электронный ресурс; Словарь и тезаурус Макмиллан: бесплатный онлайн словарь английского языка. 2009–2020, Электронный ресурс; Большой толковый словарь русского языка, 2000; Толковый словарь русского языка конца XX в. Языковые изменения, 1998; Толковый словарь современного русского языка. Языковые изменения конца XX в.: более 7000 слов и устойчивых сочетаний, 2005; Ушаков, 2008–2017, Электронный ресурс].

**Гипотеза** диссертационной работы заключается в следующем:

1) несмотря на то, что ономастические реалии-неологизмы рассматриваются на материале неблизкородственных (западноевропейских и славянских) языков, в особенностях их образования присутствует определённое сходство;

2) продолжает распространяться на европейские и славянские языки влияние английского языка, проявляющееся как во внешнем источнике обогащения заимствующего языка, так и во внутреннем (образование ономастических реалий-неологизмов из уже существующих слов, но по англоязычным словообразовательным моделям, например, N+N);

3) телевизионный дискурс, получивший в последнее время распространение, может считаться значимым в развитии языка;

4) ономастические реалии-неологизмы, принадлежащие теледискурсу, имеют существенное значение для эволюции языка, которому они принадлежат.

**Цель** настоящей работы – выявить особенности образования ономастических реалий-неологизмов во французском, английском и русском телевизионных дискурсах в их сопоставлении.

Поставленной цели подчинено решение следующих **задач**:

1) изучить существующие подходы к определению неологизма, реалии и онима, выбрать наиболее релевантные для данного исследования подходы и синтезировать их для уточнения значения

ономастической реалии-неологизма;

2) с теоретических позиций изучить понятие и структуру средств массовой информации, соотношение медиа- и телевизионного дискурсов как части и целого;

3) изучить влияние теледискурса на язык и речепотребление;

4) составить семантическую классификацию отобранных ономастических реалий-неологизмов;

5) описать роль ономастических реалий-неологизмов телевизионного дискурса в преобразовании английского, французского и русского языков;

6) выявить, сравнить и сопоставить (количественно и качественно) способы образования, характерные для английских, французских и русских ономастических реалий-неологизмов, употребляющихся в современном теледискурсе;

7) обозначить пути влияния глобализации (всемирной экономической, культурной и политической интеграции) на образование ономастических реалий-неологизмов, сравнить и сопоставить их на материале указанных языков.

**Методологическую базу** работы составили сравнительно-сопоставительный метод, анализ словарных дефиниций, лингвостатистические подсчёты, опрос.

**Теоретической базой** проведённого исследования послужили следующие положения, основанные на анализе трудов отечественных и зарубежных специалистов:

1. Любой живой язык регулярно пополняется неологизмами (новыми словами) и неологическими выражениями. Это обусловлено как экстралингвистическими (изменение и преобразование реальности), так и лингвистическими факторами. Средства массовой информации особенно чувствительны к подобным лексическим изменениям, фиксируя в речи набирающие популярность неологизмы и неологические выражения. Неологизм может обладать как новым планом содержания, так и выражения. В отдельных случаях новизна присуща обоим планам. Категория неологичности не перманентна, поскольку при регистрации общими толковыми словарями конкретного языка слово теряет свой статус нового. Данная категория всегда рассматривается по отношению к определённой эпохе. Помимо фиксации в дискурсе СМИ неологизмы так же активно циркулируют в интернет-дискурсе (интернет-версия словаря английского языка Macmillan в рубрике BuzzWord приводит неологизмы, употребляющиеся в теледискурсе: Brexit, crowdbirthing [Словарь и тезаурус Макмиллан: бесплатный онлайн словарь английского языка, 2009–2020, Электронный ресурс; Marr Show: Full Boris Johnson interview on possible Brexit, 2016, Электронный ресурс; Crowd Birthing / Good Morning

Britain, 2015, Электронный ресурс]).

2. Термин «реалия» может означать как предметы, абстрактные понятия и события, характерные для культуры отдельной страны, так и лексические единицы, эти предметы, понятия и события называющие. В данной работе используется второе значение термина. Ономастикон (совокупность имён собственных) может сближаться с реалиями при условии, что имя собственное, существуя в русле определённой культуры, сохраняет связь с ней, не подвергаясь полной интернационализации. Ключевыми свойствами имени собственного (онима) являются индивидуализация и идентификация обозначаемого объекта, что отличает его от имени нарицательного, главная функция которого – обобщать отдельные предметы в классы. Существует термин «ономастическая реалия», обозначающий имена собственные, которые называют предметы, понятия и события, типичные для культуры определённой страны. Если фонд неологизмов регулярно пополняется благодаря, в том числе и экстралингвистическим факторам (появлению новых реалий), то очевидна связь между реалиями и неологизмами.

3. Дискурс, представляя собой использование языка в прямой связи с содержанием и характером коммуникации, динамичен и должен рассматриваться, в первую очередь, как активный процесс. Именно дискурс фиксирует значения, тем самым систематизируя их, и делает возможным существование категории времени. Социальные отношения и политическая борьба в обществе невозможны без дискурса, они определяют друг друга. СМИ играют доминирующую роль в управлении когницией индивида. Дискурс СМИ, включая, по мнению отечественных и зарубежных учёных, теле-, радио-, кино-, интернет-, газетный и рекламный дискурсы, не имеет жёстко очерченных границ, так как они могут изменяться с появлением новых медиа. Медиадискурс отличается рядом признаков: формирование информационного общества, повышенная престижность слова в массовой коммуникации, создание обособленной медийной реальности, иногда ложной, вводящей в заблуждение, так называемой реальности «фейковых новостей», симбиоз медиадискурса с политикой, многофункциональность массовой коммуникации, вовлечение национальных языков в процесс глобализации, то есть формирование у них общих, межнациональных черт, невозможность существования поп-культуры без поддержки медиадискурса, пополнение фонда фразеологической лексики языковыми средствами медиадискурса [Беляков, Максименко, 2017; Curren, Seaton, 1990; Добросклонская, 2005; Скуратов, 2013; Таюпова, Бычковская, 2014].

4. Телевидение обладает следующими ключевыми чертами: а) доминирующая роль воздействующей функции; б) реализация остальных функций массмедиа (информационной, развлекательной,

поддержания настоящей экономической системы, трансляции культуры); в) демократизация языка, соблюдение речевой моды, заимствование и ассимиляция англицизмов; г) интертекстуальность и интердискурсивность (комплексная связь с другими дискурсами); д) наличие корпоративного источника и массового адресата; е) ориентация на социальный заказ; ж) преобладание публицистического стиля. Массмедиаальный дискурс, а, следовательно, и телевизионный служат индикаторами языковых изменений [Кубрякова, Цурикова, 2008; Merrill, 1990; Fairclough, 1989].

#### **Положения, выносимые на защиту:**

1. Ономастическая реалия-неологизм (ОРН) определяется, как лексическая единица, которая может содержать в себе признаки реалии, неологизма и онима. Ономастическая реалия-неологизм – имя собственное, тесно связанное с культурой определённой нации, новое по значению и / или форме, свойственное выбранному отрезку времени, фигурирующее в готовом виде в СМИ и интернет-дискусе. Некоторые неологические онимы могут быть формально выражены словосочетанием и даже предложением, хотя семантически и по своему употреблению сближаются со словом. Их главная функция – номинативная, они не бывают свободными, в отличие от словосочетаний, у них отсутствует предикация. Например, нельзя перевести название французского молодёжного сериала «*Hélène et les garçons*» на русский язык, как «Ребята и Элен» вместо устоявшегося и более точного «Элен и ребята», так как это сделает оним менее узнаваемым. Название организации «*Osez le féminisme*» («Выступайте за феминизм») отсылает нас к соответствующему референту, хотя формально призывает к действию. Из-за описанных выше особенностей принято решение называть подобные онимы-неологизмы эквивалентами слов: не являясь словами по форме, они, так же, как и слово, относятся к предметам и понятиям, а не к ситуациям, разворачивающимся в определённом времени.

2. Медиадискурс – один из наиболее влиятельных видов дискурса в настоящее время, о чём свидетельствуют его сущностные черты, особенно формирование им обособленной, иногда противоречащей истине, реальности, в которую так или иначе вовлечён любой член цивилизованного общества. Сфера СМИ обладает ядром и периферией. Теледискурс – самый значимый компонент ядерной части СМИ. Теледискурс не только поддерживает тенденции языкового развития и речепотребления, но и определяет новые качественные и количественные изменения языка, что подтверждается сохранением и пополнением фонда прецедентной лексики, созданием новых фразеологизмов на базе рекламных слоганов, формированием неологической лексики языка, омонимии и полисемии слов.

3. С точки зрения семантики отобранных лексических единиц, можно выделить следующие виды ОРН: эргонимы (названия организаций), идеонимы (произведения духовной культуры), хремотонимы (продукты материальной культуры), прагматонимы (названия торговых марок), топонимы, антропонимы, хрононимы (названия событий), документонимы (названия документов), фалеронимы (названия наград).

4. К особенностям образования английских, французских и русских ономастических реалий-неологизмов можно отнести следующие черты:

- количество ОРН, по форме представляющих собой словосочетания, но эквивалентных словам по своей семантической сущности, практически идентично в английской и французской выборках, но почти на 20 % меньше в русском фрагменте;

- для трёх языков в одинаковой степени характерно частичное стирание границ между знаковыми системами. Об этом свидетельствует наличие в соответствующих выборках онимов, полностью состоящих из цифр;

- при создании ОРН русского языка в большей степени, чем в английском и французском, задействованы уже существующие ЛЕ;

- высокая степень развития конверсии в английском языке проявляет себя в том, что слова наиболее разнообразных частей речи приобретают новые значения, изменяя частеречную принадлежность, чего нельзя сказать о русском и французском языках;

- процент трансонимизированных ОРН в среднем составляет 20%. Наибольшего показателя он достигает во французской выборке, наименьшего – в английской, варьируясь от 16 до 26 %;

- словосложение остаётся активным способом образования новых слов английского языка, что проявляется и при создании ОРН;

- к деформации исходной формы при создании ОРН чаще всего прибегают в русском языке. Это связано с использованием одновременно двух алфавитов, латинского и русского, или заменой второго первым. Так проявляется стремление создателей новых имён собственных привлечь к ЛЕ внимание и приблизить себя / свой материальный или интеллектуальный продукт к западноевропейской и американской культурам;

- аффиксы практически не задействованы в образовании ОРН трёх языков, что демонстрирует усиление аналитических тенденций в образовании имён собственных;

- префиксация и аффиксация проявляют бóльшую активность в русском языке;

- во всех трёх языках популярностью пользуется нестандартный подход к созданию ОРН, отсюда слова, появившиеся при участии комплекса способов, а также способов, до настоящего момента не

изученных.

5. Английский язык, как средство глобального общения, продолжает влиять на остальные языки (в данном случае, русский и французский) как в лексическом, так и в синтаксическом планах. При условии исчезновения в современном мире информационных границ местоположение человека и его национальность играют меньшую, чем в прошлом, роль в знании / незнании им реалий определённой страны или группы стран.

**Научная новизна диссертации** состоит в том, что в ней с позиций современной лингвистики экспериментально доказано влияние теледискурса на речепотребление носителей русского языка, впервые уточняется соотношение понятий *оним* / *реалия-неологизм*, что позволяет оперировать термином «*ономастическая реалия-неологизм*», выявлено, как *ономастические реалии-неологизмы*, фигурирующие в теледискурсе, трансформируют словарный состав каждого из сопоставляемых языков, на материале телепередач проанализированы способы образования английских, французских и русских ОРН.

**Теоретическая значимость работы** состоит в том, что уточнение определения ОРН важно для теории словарного состава языка. Материалы данного исследования могут быть применены в неологии, словообразовании и ономастике. Результаты работы будут использоваться при разработке подобной тематики на материале других европейских (и не только) языков, что даёт возможность более глубокого понимания их сравнительной типологии, а также словообразовательных процессов, происходящих в ономастиконе близко- и неблизкородственных языков.

**Практическая значимость** обеспечивается возможностью использования материалов работы при составлении словарей имён собственных, реалий и неологизмов, созданием нового типа словарей – словника ОРН определённого языка, который являлся бы своеобразным лексическим «срезом эпохи». Материалы диссертационного исследования могут найти свое применение в курсах лексикологии английского, французского и русского языков, в новой, но стремительно развивающейся дисциплине – медиалингвистике.

**Достоверность результатов** обеспечивается анализом достаточного количества фактического материала (1766 единиц), теоретических работ по неологии, ономастике, страноведению, словообразованию, теориям текста и дискурса, переводоведению, количественным анализом выбранных лексических единиц с качественной интерпретацией его результатов.

**Апробация работы.** По результатам проведённого исследования опубликовано 10 статей, 3 из них – в изданиях, рекомендованных ВАК. Основные результаты работы изложены в докладах на конференциях: 1)

IV Международная заочная конференция «Актуальные проблемы теоретической и прикладной лингвистики и оптимизация преподавания иностранных языков» (Тольятти, 7–8 октября, 2014); 2) Вторая Международная научно-практическая конференция «Магия ИННО: новое в исследовании языка и методике его преподавания» (Москва, 24–25 апреля, 2015); 3) Международная научная конференция «Романское культурное и языковое наследие: история и современность» (Москва, 21–22 июня, 2016); 4) Международная научно-практическая конференция «Духовность и ментальность: экология языка и культуры на рубеже XX–XXI вв.» (Липецк, 21–22 марта, 2017); 5) Круглый стол «Древние языки и культуры и их роль в образовательном процессе» в рамках IV Международного Фестиваля науки, а также в докладах на ежегодных конференциях преподавателей, аспирантов и студентов кафедры романской филологии ИЛиМК МГОУ.

**Структура исследования** соответствует поставленной цели и задачам. Работа состоит из введения, трёх глав, заключения, списка условных сокращений, списка литературы, приложения А с примерами анкетирования респондентов опроса по рекламным слоганам.

### **Основное содержание работы**

Во **введении** обоснована актуальность и новизна диссертационного исследования, представлены гипотеза, цель и задачи исследования, его методологическая и теоретическая базы, положения, выносимые на защиту, теоретическая и практическая значимость работы.

В **Главе 1 «Понятие "ономастическая реалия-неологизм"»** рассмотрены подходы к определению каждого из терминов «имя собственное», «реалия» и «неологизм», обосновывается необходимость введения в дискурс лингвистической науки синтетического термина «ономастическая реалия-неологизм».

Предлагается уточнить **определение неологизма** следующим образом: новое слово определённого языка, созданное уже имеющимися средствами, вновь изобретённое или привнесённое из иноязычного источника, отличающееся новым значением и (или) формой, не отмеченное толковыми словарями исследуемого языка, но активно используемое в СМИ и сети Интернет, характерное для данного периода, не зависящее от контекста и не являющееся характерной чертой сугубо индивидуального употребления.

Предполагается, что неологизм – слово, обладающее следующими признаками: новизна формы и (или) содержания, отсутствие в общих

толковых словарях данного и предыдущих периодов, темпоральная отнесённость, фиксация СМИ и интернет-дискурсом, регулярность употребления, отсутствие индивидуальной принадлежности и творимости, независимость от контекста; остальные признаки лишь могут присутствовать в тех или иных комбинациях. В качестве демаркационной черты между неологизмами и окказионализмами предлагается наличие / отсутствие следующих признаков: регулярная фиксация в СМИ и интернет-коммуникации (у первого отсутствует, у второго присутствует), функциональное предназначение (слово, обозначающее новую реалию жизни, редко остается в статусе окказионального образования), зависимость (окказионализм) / независимость от контекста (неологизм), закреплённость за определённым автором (окказионализм) / широким кругом говорящих (неологизм), ощущение новизны слова в любой момент развития данного лингвокультурного социума (окказионализм) / в конкретную эпоху (неологизм), творимость в момент речи (окказионализм) / воспроизведение в готовом виде (неологизм).

**Определение реалии** можно выразить следующим образом: реалии – это отдельные слова и словосочетания, а также предложения, по семантике равные слову, называющие феномены социально-культурного пространства страны, организации её граждан, элементы традиционного устройства и быта, точки на географической карте, объекты и персонажи материальной и нематериальной культур, включая имена персонажей, реально не существующих, а также природные феномены, растения и животные-эндемики, понятия, концепты и идеи, имеющие место в словаре определённого языка, сохраняющие связь с одной культурой и нетипичные для другой.

На наш взгляд, имена собственные не стоит исключать из состава реалий. Тематические группы существительных, причисляемые к именам собственным, во многом совпадают с теми тематическими группами, которые исследователи включают в состав реалий. Кроме того, если придерживаться точки зрения, что онимы не относятся к реалиям, то это приводит к отрицанию культуроспецифичности таких ЛЕ, как *La Guerre de Succession de Bretagne*, *the War of the Roses*, Русско-японская война, что противоречит самой их природе, ведь названные события – важная часть истории Франции, Соединённого Королевства и Российской Империи соответственно. Онимы, отмеченные в истории и культуре определённой страны, проявляют словообразовательную активность и служат для номинации других объектов, что свидетельствует об их значимости для жизни языка конкретного народа или группы народов. Например, от фамилии Б.Н. Ельцина образовалось слово «ельцинисты», название архитектурного комплекса в Вашингтоне *Watergate* (Уотергейт) послужило для номинации одного из наиболее

беспрецедентных событий американской истории (т.е. the Watergate scandal), а имя Наполеона до сих пор живёт в названии целой серии войн (именуемых историками Наполеоновскими).

Обращает на себя внимание тот факт, что нельзя смешивать реалии с пословицами, поговорками, цитатами и афоризмами, так как последние часто представляют собой предложения с соответствующими модусом и пропозицией («Ласковое слово лучше мягкого пирога», «Bons pageurs sont à la fin noyés» «A forced kindness deserves no thanks»). И, как видно из приведённых примеров, фразеологизмы, относящиеся к пословицам, описывают ситуации, не являющиеся типичными только для определённой страны или культуры. Тем не менее, следует признать, что в некоторых случаях фразеологизмы могут быть национально-специфичными [Валуйцева, Хухуни, 2016], так как в каждом способе языковой концептуализации мира можно обнаружить как универсальные, так и национально-специфические черты [Кузьменко, 2016]. С нашей точки зрения, фразеологизмы (пословицы и поговорки) следует причислять к лингвокультуремам, то есть единицам, совмещающим в себе языковое и культурное содержание. Однако термин «лингвокультурема» шире, чем термин «реалия», поскольку первые включают ЛЕ, имеющие устоявшиеся словарные соответствия, культурный компонент которых выявляется только при глубоком анализе. То же самое относится к цитатам и афоризмам.

Отмечается, что термин «реалия» нельзя заменять терминами «ксенизмы», «безэквивалентная лексика», «варваризмы», «экзотизмы», «локализмы», «этнографизмы», «слова с культурным компонентом», «фоновые слова», «алиенизмы», «коннотативные слова», «пробелы», «лакуны».

**Оним (имя собственное)** – это единица уровня слова, словосочетания или предложения, обладающая функциями индивидуализировать и идентифицировать референт, в качестве которого может выступать отдельный объект или однотипные множества, как реальные, так и принадлежащие воображаемому миру. С помощью присвоения референту имени собственного подчёркиваются его уникальность и история.

Оним (имя собственное) отличается следующими характеристиками:

- тесная связь с обозначаемым объектом;
- более слабая соотнесённость с понятием;
- появление после имён нарицательных;
- отношение к именам нарицательным как частного к целому;
- выражение уникальной мысли;
- фразеологичность (фиксированный порядок составляющих, закреплённость сразу нескольких слов за одним обозначаемым): Le

Fonds monétaire international ср. International Monetary Fund, Международный валютный фонд;

– идиоматичность (сумма значений частей онама не равна значению целого) [Суперанская, 1973; Подольская, 1978; Bach, 1952; Бондалетов, 2012; Суперанская, Соболева, 1986; Евсюкова, 1982; Фоменко, 2009; Le Petit Robert des Noms Propres, 2010].

Оним (имя собственное) может обозначать людей, животных, географические объекты, тела и предметы космического пространства, растения, предметы материальной и духовной культуры, организации и объединения людей, значимые для носителей языка отрезки времени и исторические события, стихийные бедствия, как реально существующие, так и сотворённые человеческим воображением, выделяющиеся среди однотипных множеств подобных объектов своей значимостью, оригинальной идеей, экстраординарной историей.

Считаем возможным следующее **определение ономастической реалии-неологизма**: культуроспецифичный оним, характеризующийся новым планом содержания и / или выражения, появившийся в определённый момент времени, но отсутствующий в предшествующих ему эпохах, не отмеченный в общих толковых словарях, но обладающий высокой частотой использования в готовом виде в дискурсах СМИ и сети Интернет.

Примерами ономастических реалий-неологизмов служат следующие единицы:

– *Passe-Portes* – название театрального фестиваля, организованного фондом «Passe-Portes» для проблемных детей. Проходит во Франции с 2009 г.

– *Cageprisoners* – название правозащитной организации, основанной в октябре 2003 г. в Великобритании.

– *Артмосфера* – творческое объединение, поддерживающее уличное искусство в России.

В Главе 2 «**Ономастические реалии-неологизмы как часть современного медиа (TV) дискурса**» анализируется понятие «дискурс», определяются основные черты медиадискурса, перечисляются причины его значимости, описывается его структура с ядром и периферией, объясняется положение в ней теледискурса, иллюстрируется роль дискурса телевидения и его ОРН в текущих языковых изменениях.

На основании анализа работ отечественных и зарубежных учёных предлагается следующее **определение дискурса**: вербальный динамический способ репрезентации какой-либо части мира (реального или воображаемого), а также процесс и результат использования языка, играющий непосредственную роль в жизни как общества, так и индивида, ограниченный определённой областью фиксации значений,

неотделимый от экстралингвистических факторов, определяющих его.

Медиадискурс (дискурс СМИ) обладает следующими чертами: «способность отражать определенные структуры знания и оценок мира, ориентирующих адресата на определенное осмысление действительности и, главное, на последующие действия, поведение»; на первый план в дискурсе СМИ выходит передача, обработка и интерпретация информации; дискурс СМИ является средством и целью борьбы за власть («power struggles»); невозможно провести жёсткие границы дискурса СМИ: он включает в себя теледискурс, радиодискурс, кинодискурс, рекламный дискурс, интернет-дискурс, газетный дискурс. Данный список может пополняться с появлением новых медиа, и, соответственно, новых особенностей коммуникации, характерных для данных медиа; медиадискурсу свойственна интердискурсивность, понимаемая как включение в данный тип дискурса черт другого типа дискурса; адресат медиадискурса не характеризуется ни единством в пространстве и времени, ни психологическим единством (в отличие от живой аудитории); чем более широкую аудиторию получают СМИ, и, чем, соответственно, более они теряют связь с индивидуумом, тем сильнее сами медиа и люди, осуществляющие борьбу за власть, стремятся индивидуализировать отношения с каждым членом аудитории, подчёркивая, тем не менее, не индивидуальные свойства их слушателей / зрителей / читателей, а общие, что не может не отражаться на качестве медиадискурса [Кубрякова, Цурикова, 2008; Добросклонская, 2005; Faiclough, 1989].

Следующие явления позволяют считать медиадискурс наиболее влиятельным видом дискурса в настоящее время: появление особой информационной инфраструктуры, называемой инфосферой; способность дискурса СМИ изменять индивидуальное и социальное, повышенная престижность слова в данном дискурсе; создание средствами дискурса массмедиа отдельной, обособленной реальности, иногда ложной, вводящей в заблуждение, так называемой реальности «fake news»; симбиоз массмедийного дискурса со всей политической сферой; многофункциональность массовой коммуникации и, соответственно, её дискурса (функции информирования, поддержания консенсуса, трансляции культуры, развлечения, социального контроля, формирования социальной и самоидентификации, общественного мнения, установления и поддержание контактов между индивидами); формирование у национальных языков интернациональных качеств посредством дискурса СМИ; высокоэффективная система тиражирования продуктов творчества; ключевая роль дискурса массмедиа для поп-культуры, которая в настоящее время как никогда ранее подавила элитарную культуру; значимость медиадискурса в обучении иностранным языкам; появление такого раздела языкознания,

как медиалингвистика; процесс превращения в популярные фразеологизмы рекламных слоганов [Беляков, Максименко, 2017; Curren, Seaton, 1990; Добросклонская, 2005; Скуратов, 2013; Таюпова, Бычкова, 2014].

Теледискурс причисляется к ядерной части сферы СМИ на основании наличия следующих признаков: а) приоритет воздействующей функции, реализация остальных функций (информационной, развлекательной и т.д.); б) демократизация языка, следование речевой моде, принятие и ассимиляция англицизмов, инертекстуальность и интердискурсивность, корпоративный источник и массовый адресат; в) ориентация на социальный заказ (заказ существующего в данный момент общественного и политического порядков); г) широкое использование публицистического стиля. Радио, пресса и реклама (которая в некоторых своих формах неотделима от первых трёх, но также существует самостоятельно в виде билбордов, листовок, буклетов и т.д.) также составляют ядро сферы СМИ. Кинематограф, книгоиздание, аудио- и видеозаписи, видеотекст и телетекст автором помещаются на периферию сферы массмедиа. Интернет представляет собой более объёмный ресурс, чем любое традиционное средство массовой информации. Это своего рода мегаявление с акцентом на интеракции пользователей, каждый сегмент которого стоит рассматривать в отдельности.

Результаты опросов, проведённых во Франции, Великобритании, США и России, подтверждают, что телевизионный дискурс – самый влиятельный из всех дискурсов массмедиа (см., например, [CSA. fr – Comment les français regardent-ils la télévision? / Les médias audiovisuels et vous / Pratiquer / Éducation & Médias, Электронный ресурс]).

Влияние теледискурса на язык заключается в поддержании существующих на данный момент тенденций и введении новых. Это проявляется в 1) пополнении фонда прецедентной лексики (такие имена собственные, как «Газпром», «ЛДПР», «Медвепут» «НАТО», «ИГИЛ» («ISIL» – англ. вариант, «EPL» – фр., организация, запрещённая в России)); 2) возникновении в современном языке новых фразеологизмов, порождённых теледискурсом, («Имидж ничто – жажда всё», «Не дай себе засохнуть», «Танки грязи не боятся»); 3) развитию полисемии / омонимии слов (англ. Amazon в значении «река Амазонка» и интернет-магазин «Амазон»); 4) распространении **неологизмов-калек, полукалек и неофразеологических калек** (термины наши); 5) воздействии теледискурса на грамматику языка через распространение ошибочных клише (например, «предпринять меры» вместо «принять меры»).

Под **неологизмом-(полу)калькой** понимается новое слово определённого языка, отличающееся новым планом выражения и (или) содержания, полученном при полном или частичном замещении

компонентов иноязычного образца материалом данного языка, или за счёт приобретения уже существующим в конкретном языке словом нового значения, свойственного семантической структуре иноязычного эквивалента. Например, англ. multicooker, фр. multicuiseur, рус. мультиварка; англ. selfie stick, фр. bâton / perche (de / à) selfie, рус. селфи-палка; англ. e(-)health, фр. e-santé, рус. электронное здоровье. При этом **неофразеологическая калька** – новая лексическая единица, обладающая признаками фразеологической, появившаяся при замещении составных частей ЛЕ иностранного языка материалом принимающего языка: фр. la Banque asiatique d'investissement dans les infrastructures, рус. Азиатский банк инфраструктурных инвестиций от англ. Asian Infrastructure Investment Bank.

Ономастические реалии-неологизмы теледискурса пополняют фонд прецедентной лексики. Такие ономастические реалии-неологизмы, как *Lady Gaga* (американская певица), *BoJo* (министр иностранных дел Соединённого Королевства Борис Джонсон), *Flanby* (неформальное прозвище бывшего президента Франции Франсуа Олланда) образуют устойчивые ассоциации в сознании носителей языка, иногда выходя за рамки одного лингвокультурного сообщества: имя Lady Gaga ассоциируется с эпатажем и вызывающими костюмами, BoJo – с харизмой и эксцентризмом, Flanby – с мягким характером и отсутствием воли. Об этом свидетельствуют цитаты из телевизионных репортажей.

Помимо пополнения фонда прецедентной лексики ОРН часто служат словообразовательной базой для новых имён собственных и нарицательных: *Единорос / едрос* (от названия партии «Единая Россия»), *Ubérisation* (от названия калифорнийской компании Uber), *Pottermore* (от фамилии главного героя романов о Гари Поттере, написанных английским автором Джоан Роулинг с 1997 по 2007 гг.). ОРН играют важную роль в создании и поддержании словообразовательных тенденций.

В Главе 3 «**Особенности образования ономастических реалий-неологизмов английского, французского и русского телевизионных дискурсов**» составляется семантическая классификация отобранных ономастических реалий-неологизмов (см. таблица 1), проводится количественный анализ способов образования ОРН в трёх неблизкородственных языках (см. таблица 2, таблица 3, таблица 4), предпринята попытка интерпретации полученных данных, с констатацией сходства и различия в способах образования ОРН рассматриваемых языков, иллюстрацией влияния английского языка на лексику и синтаксис французского и русского, затрагивается вопрос о воздействии глобализации на характеристики ОРН.

Таблица 1 – Семантическая классификация исследуемых ОРН

Вид онима	Фр. яз.	Англ. яз.	Рус. яз.
эргоним	242 (42 %)	342 (59 %)	345 (58 %)
идеоним	256(44 %)	145 (25 %)	176 (30 %)
хрононим	21 (3,6 %)	21 (3,6 %)	14 (2,3 %)
антропоним	13 (2,2 %)	13 (2,2 %)	20 (3,3 %)
прагматоним	27 (4,6 %)	20 (3,4 %)	21 (3,5 %)
топоним	17 (3 %)	23 (4 %)	8 (1,3 %)
хреMATоним	3	18 (3 %)	14 (2,3 %)
фалероним	3	1	–
документоним	1	2	–

Из представленных в таблице данных следует, что наибольший процент выявленных в трёх выборках имён собственных составили названия организаций (эргонимы) и произведений духовной культуры (идеонимы).

Таблица 2 – Количественное соотношение способов образования ОРН, зарегистрированных во французском теледискурсе

Способ образования	Кол-во	Кол-во, %
Использование двух и более компонентов, составляющих одно имя	309	53
Развитие нового значения	113	19,3
Сокращение / аббревиация (включая телескопию)	80	13,7
Сложение слов	33	5,6
Искажение исходного образа слова	17	2,9
Применение приставок и суффиксов	2	0,3
Префиксоидный	1	0,17
Комбинация двух и более способов	11	1,8
Способ образования определить проблематично / неизученный способ	17	2,9

Для настоящего исследования было выбрано 583 французских ОРН.

Примеры: *ODS Radio* (Ondes Dauphiné Savoie, французская радиостанция, эквивалент слова), *Marianne* (новостной журнал, развитие нового значения), *Merkozy* (*Merkel* + *Sarkozy*, тандем Ангелы Меркель и Николя Саркози, телескопия), *Sérieclub* (словосложение, *série* + *club*), *Kulte* (вместо *culte*, марка модной одежды, деформация исходной формы), *Supercondriaque* (комедийный фильм, также *Supercondriac*, прибавление приставки *super-*), *Numericable* (оператор кабельного телевидения и Интернета, прибавление суффикса *-able*), *Transphotographiques* (фестиваль фотографии, прибавление префиксоида *trans-*), *LabelFrancEducation* (знак качества, комплекс способов: телескопия + словосложение), *Midual* (французская марка мотоциклов,

новоизобретённое слово от фамилии создателя, «Midy», способ образования определить проблематично).

Таблица 3 – Количественное соотношение способов образования ОРН, зарегистрированных в английском теледискурсе

Способ образования	Кол-во	Кол-во, %
Использование двух и более компонентов, составляющих одно имя	319	54,5
Развитие нового значения	125	21,3
Сокращение / аббревиация (включая телескопию)	27	4,6
Сложение слов	70	11,9
Искажение исходного образа слова	10	1,7
Применение приставок и суффиксов	3	0,5
Префиксоидный	1	0,17
Словообразование с суффиксоидом	3	0,5
Комбинация двух и более способов	6	1
Способ образования определить проблематично / неизученный способ	21	3,5

Количество отобранных ономастических реалий-неологизмов англоязычного теледискурса составило 585 ед.

Примеры: *The Book of Mormon* (мюзикл, эквивалент слова), *Rocknrolla* (фильм, развитие нового значения), *CarFest* (фестиваль, словосложение, сущ. «car» + сущ. «fest»), *TellSpec* (канадская компания, телескопия «to tell» (говорить) + «spectroscopy» (спектроскопия)), *Arkitekt* (британо-ирландская музыкальная группа, деформация графической формы, вместо architect), *Kickstarter* (американская компания, прибавление суффикса -er к глаголу «to kick-start»), *eBay* (американская компания, прибавление приставки e, обозначающей, что образованное с помощью неё существительное непосредственно связано с Интернетом), *Deathproof* (американский фильм, прибавление суффиксоида - proof), *Audiocafé* (интернет-компания, префиксоид audio-), *D-Rig / D:Rig* (изобретение британского учёного, расшифровывается как Digital Rig, комплекс способов: сокращение + словосложение), *J<sub>2</sub>O* (способ образования определить проблематично, J вместо H в химической формуле воды H<sub>2</sub>O).

Таблица 4 – Количественное соотношение способов образования ОРН, зарегистрированных в русском теледискурсе

Способ образования	Кол-во	Кол-во, %
Использование двух и более компонентов, составляющих одно имя	218	36,4

Развитие нового значения	180	30,1
Сокращение / аббревиация (включая телескопию)	73	12,2
Сложение отдельных слов, а также их основ	42	7
Искажение исходного образа слова	32	5,3
Применение приставок и суффиксов	3	0,5
Префиксоидный и суффиксоидный	15	2,5
Комбинация двух и более способов	7	1,1
Способ трудно поддаётся определению	28	4,6

В рамках сопоставительного анализа было исследовано 598 русских ономастических реалий-неологизмов русского теледискурса.

Примеры: *Партия Роста* (российская партия с либерально-консервативным и национал-патриотическим уклоном, эквивалент слова), *Пятёрочка* (российская сеть продуктовых супермаркетов, развитие нового значения), *Иннополис* (высокотехнологичный город в Республике Татарстан, сокращение, инновация + полис), *Невафильм* (российская кинокомпания, сложение слов), *Аэроэкспресс* (транспортная компания, прибавление префиксоида аэро-), *Виргостан* (книга российского музыканта Вячеслава Бутусова, прибавление суффиксоида -стан), *Гофманиада* (анимационный мультфильм режиссёра Станислава Соколова, прибавление суффикса -иад), *Глюк'оЗа* (*певица, деформация исходной формы*), *ЗКД* (российский криминальный сериал, комплекс способов, сокращение от «закон каменных джунглей» + графон), *Ригла* (сеть аптек, способ образования определить проблематично).

Английский, как средство глобального общения, продолжает влиять на остальные языки (в данном случае, русский и французский). В настоящем исследовании это было выявлено на примере лексических заимствований, применяемых при создании ОРН двух языков: *Green et Vert* (французский сайт, посвящённый вопросам устойчивого развития, заимствованное слово – green), *Connecting Technology* (французская компания, название полностью заимствовано из английского), *Билайн* (российский оператор мобильной связи, от англ. beeline), *Little Big* (российская рейв-группа, оба компонента названия заимствованы из английского). Английский также влияет на синтаксис русского и французского языков, что проявляет себя в использовании типичных для английского языка синтаксических моделей: *Дружко Шоу / Druzhko Show* (программа с телеведущим Сергеем Дружко, модель словосочетания: сущ. + сущ., в которой первое существительное играет роль определения), *Babel Med Musique* (французский музыкальный фестиваль, прилагательное med, усечение от méditerranéen, стоит перед существительным musique, как в английском языке).

Анализ полученных данных позволяет прийти к следующему **заключению**.

Сходства в образовании ОРН в рассматриваемых языках состоят в том, что: 1) аффиксы практически не задействованы в образовании ОРН трёх языков. Это может свидетельствовать о том, что в образовании современных имён собственных усиливаются аналитические тенденции; 2) во всех трёх языках популярностью пользуется нестандартный подход к созданию ОРН, отсюда слова, появившиеся при участии комплекса способов и способов, до настоящего момента не изученных; 3) во всех трёх выборках отмечены ОРН, состоящие из знаков цифровой системы. Это свидетельствует о частичном стирании границ между знаковыми системами; 4) процент трансонимизированных ОРН сходен в трёх выборках.

Различия в образовании ОРН в трёх языках сводятся к тому, что:

а) количество ОРН, имеющих два и более самостоятельных и служебных слов в своём составе и причисляемых к семантическим эквивалентам слов, практически идентично в английской и французской выборках, но почти на 20% меньше в русском фрагменте. Возможно, это объясняется тем, что русский – язык не аналитического склада, поэтому имена собственные, не отличающиеся компактностью, неудобны для восприятия и воспроизведения носителями языка; б) при создании ОРН русского языка в большей степени, чем в английском и французском, заняты уже существующие ресурсы; в) английский язык задействует наиболее разнообразные части речи при развитии уже существующими словами новых значений, что объясняется известной распространённостью конверсии; г) словосложение остаётся активным способом образования новых слов английского языка, что проявляется и при создании ОРН. Этот способ не так активен в остальных двух языках; д) английский является языком с наименее выраженной флективностью (из взятых здесь трёх), что обеспечивает лёгкое «срастание» слов (во многих случаях идентичных основам) друг с другом; е) к деформации исходной формы при создании ОРН чаще всего прибегают в русском языке. Это связано с использованием одновременно двух алфавитов, латинского и русского, или заменой второго первым. Так проявляется стремление создателей новых имён собственных привлечь к ЛЕ внимание и приблизить себя / свой материальный или духовный продукт к западноевропейской и американской культурам.

Процессы глобализации затрагивают язык, который, будучи зеркалом реальности, не может не отражать её изменения. Поэтому английский не ослабляет своё влияние на лексические и синтаксические процессы в других европейских и славянских языках (в данном случае во французском и русском).

Стирание информационных границ проявляет себя во взаимном «обмене» ОРН между языками и лингвокультурами, что проявляет себя в присутствии ОРН английского языка во французских и русских телепередачах и наоборот. При условии исчезновения в современном мире информационных границ местоположение человека и его национальность играют меньшую, по сравнению с прошлым, роль в знании / незнании им реалий определённой страны или группы стран.

**Список сокращений** содержит сокращённые обозначения терминов, упоминаемых в работе.

В **списке литературы** перечислены труды российских и зарубежных учёных, использовавшиеся в процессе написания диссертации.

**Приложение А** содержит образцы ответов людей, принявших участие в опросе по телевизионным слоганам.

#### **Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях:**

##### **Статьи, опубликованные в рецензируемых изданиях, рекомендованных ВАК Минобрнауки РФ:**

1. Бугрышева Е.С. Ономастическая реалья-неологизм как лингвистический конструкт (на материале телевизионного дискурса неблизкородственных языков) // Вестник Московского государственного областного университета. Сер.: Лингвистика. М.: Московский государственный областной университет, 2014. № 2 [Электронный ресурс]. URL: <http://vestnik-mgou.ru/ru/Articles/Doc/565> (дата обращения 02.02.2020).

2. Бугрышева Е.С. Особенности английских и французских ономастических реалий-неологизмов (на материале англоязычного и франкоязычного телевизионных дискурсов) // Вестник Московского государственного областного университета. Сер.: Лингвистика. М.: Московский государственный областной университет, 2015. № 3. С. 61–69.

3. Бугрышева Е.С. Типологическая характеристика ономастических реалий-неологизмов (на материале французских, английских и русских СМИ) // Вестник Московского государственного областного университета. Сер.: Лингвистика. М.: Московский государственный областной университет, 2017. № 4. С. 78–89.

##### **Публикации в других научных изданиях:**

4. Бугрышева Е.С. Определение ономастической реалии-неологизма на материале телевизионного дискурса английского, французского и русского языков // XVIII международная конференция, посвященная проблемам общественных и гуманитарных наук: сб. ст. по

мат. межд. научн.-практ. конф. (29 апреля 2014 г.). М.: Центр гуманитарных исследований «Социум», 2014. Ч. 1. С. 68–71.

5. Бугрышева Е.С. Способы образования французских ономастических реалий-неологизмов (на материале франкофонного и англоязычного телевизионных дискурсов) // Scripta manent. Смоленск: Изд-во Смоленский государственный университет, 2014. № 20. С. 18–32.

6. Бугрышева Е.С. Особенности образования английских ономастических реалий-неологизмов (на материале англоязычного телевизионного дискурса) // Актуальные проблемы теоретической и прикладной лингвистики и оптимизация преподавания иностранных языков: IV межд. научн. заоч. конф. (7–8 октября 2014 г.). Тольятти: Изд-во Тольяттинский государственный университет, 2014. С. 123–128.

7. Скуратов И.В., Бугрышева Е.С. Неологизмы-кальки как феномен эволюции английского, французского и русского языков (на материале телевизионного дискурса и прессы) // Магия ИННО: мат. Второй научн.-практ. конф., Москва (24–25 апреля 2015 г.). М.: Изд-во МГИМО-Университет, 2015. Том 2. С. 636–640.

8. Бугрышева Е.С. Ономастическое субпространство франкоязычного телевизионного дискурса (на материале телепередач канала TV5Monde) // Функционально-прагматический аспект в исследованиях романских языков: сб. науч. тр. М.: Изд-во Московский государственный областной университет, 2015. С. 19–24.

9. Бугрышева Е.С. Образование французских и русских ономастических реалий-неологизмов (на материале франкоязычного, англоязычного и русскоязычного телевизионных дискурсов) // Романское культурное и языковое наследие: история и современность: мат. межд. конф. (21–22 июня 2016 г.). М.: Изд-во Московский государственный областной университет, 2016. С. 18–21.

10. Бугрышева Е.С. Влияние телевизионного дискурса на развитие языка (на материале английского, французского и русского языков) // Духовность и ментальность: экология языка и культуры на рубеже XX–XXI вв: сб. ст. по мат. межд. научн.-практ. конф. (21–22 марта 2017 г.). Липецк: Изд-во Липецкий государственный педагогический университет, 2017. Ч. 1. С. 162–166.