

ных вариантов; во-вторых, в явном семантико-стилистическом тождестве (компонент *head/голова*) и сходстве (*severed/отрубленный* и *отсеченный*) компонентов названия.

Существующие различия между определениями в оригинальном и переводных названиях обусловлены, с нашей точки зрения, стремлением автора и переводчиков акцентировать внимание на различных сочетаниях слов с весьма разветвленной семантикой.

1. Николина, Н. А. Филологический анализ текста: учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / Н. А. Николина. – Москва: Издательский центр «Академия», 2003. – 256 с.
2. Перевод заглавий: круглый стол / сост. В. С. Модестов, А. Б. Можаева, О. А. Николаева [и др.] [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://litinstitut.ru/content/tolma4nonstop\\_zaglavia](https://litinstitut.ru/content/tolma4nonstop_zaglavia) – Дата доступа: 07.09.2025.
3. Зайцева, И. П. О некоторых лингвокультурных нюансах переводческого процесса / И. П. Зайцева. – Текст: электронный // Репозиторий ВГУ имени П. М. Машерова. URL: <https://rep.vsu.by/handle/123456789/11085> (дата обращения 06.09.2025). – Электрон. версия ст. из: Современное образование Витебщины. 2017. № 2 (16). С. 50–53.
4. Cambridge Dictionary [electronic resource]. – Mode of access : <https://dictionary.cambridge.org/ru/> – Date of Access : 07.09.2025.
5. Большой академический словарь русского языка : в 30 т. / гл. ред. А. С. Герд. – М. – СПб. : Наука, 2004. – Т. 14 : Опера-Открыть. / Л. И. Балахонова, У. В. Буторова, А. А. Заяц [и др.] ; гл. ред. А. С. Герд. – 2010. – 655 с.
6. Большой академический словарь русского языка : в 30 т. / гл. ред. А. С. Герд. – М. – СПб. : Наука, 2004. – Т. 15 : Отряд-Перевал. / Л. И. Балахонова, У. В. Буторова, А. А. Заяц [и др.] ; гл. ред. А. С. Герд. – 2011. – 611 с.

## ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ИМЕН НАРИЦАТЕЛЬНЫХ В КИНОЗАГОЛОВКАХ ЖАНРА БИОГРАФИИ

**Цыкунова А.А.,**

студентка 5 курса БГУИЯ, г. Минск, Республика Беларусь  
Научный руководитель – Тригубова Д.Л., канд. филол. наук, доцент

**Ключевые слова.** Кинозаголовок, нарицательные имена, лексико-семантические группы, жанр, биография, прагматика заголовка

**Keywords.** Film title, common nouns, lexical-semantic groups, genre, biography, title pragmatics

Кинозаголовок представляет собой важную коммуникативную единицу, играющую ключевую роль в восприятии кинотекста и формировании зрительских ожиданий. В жанре биографии имена нарицательные становятся особенно выразительным инструментом, позволяющим минимальными языковыми средствами передавать суть исторического повествования, значимость личности и драматизм судьбы. Поэтому актуальность данного исследования обусловлена необходимостью описания системных закономерностей функционирования нарицательных существительных в кинозаголовках и выявления их роли в реализации жанровой специфики биографических фильмов. Цель анализа – выявление лексико-семантических закономерностей функционирования имен нарицательных в заголовках фильмов этого жанра.

Лексико-семантические группы (ЛСГ) как форма системной организации лексики представляют собой объединения слов, связанных общим интегральным семантическим компонентом. Данные группы формируются на основе архисемы – общего значения, которое объединяет элементы внутри группы, при наличии дифференциальных признаков, задающих внутригрупповую структуру [3, с. 25–26]. В рамках функционирования ЛСГ особую роль играют имена нарицательные, обладающие способностью к многозначности, стилистической вариативности и высокому денотативному потенциалу.

Семантические характеристики нарицательных имен предполагают наличие переносных значений, развитие коннотаций, а также широкие возможности образной интерпретации. В кинозаголовке они выполняют не только номинативную функцию, но и приобретают прагматическую направленность, воздействуя на аудиторию через метафорический потенциал, эмоциональную окраску и соотнесенность с жанровыми ожиданиями [3, с. 29–31].

Согласно современным лингвистическим исследованиям, название фильма выступает как самостоятельная языковая единица, обладающая определенной степенью автономии по отношению к фильму, но одновременно глубоко укорененная в его образно-смысловом пространстве [1, с. 26]. Фильмоним формируется с учетом pragматической установки на восприятие, когнитивный опыт аудитории и визуальный поликодовый контекст [2, с. 435–459]. Он выполняет не только номинативную и информативную функции, но также художественно-эстетическую, аттрактивную и рекламную, что особенно выражено в жанре биографии, где значимость личности и исторической событийности акцентируется уже на уровне названия.

**Материал и методы.** Исследование проведено на материале 50 англоязычных кинозаголовков фильмов жанра биографии, выпущенных в США и Европе в 2022–2024 годах. Основным источником послужила база данных IMDb ([imdb.com](https://imdb.com)). Анализ проводился с использованием методов лексико-семантического анализа, частотного анализа, контент-анализа и сопоставления выявленных закономерностей с жанровыми особенностями биографических фильмов.

**Результаты и их обсуждение.** Результаты анализа показали, что 74% заголовков (37 из 50) включают в себя хотя бы одно имя нарицательное, выполняющее ключевую номинативную или экспрессивную функцию. Оставшиеся 26% (13 из 50) представлены именами собственными (*Elvis* ‘Элвис’, *Oppenheimer* ‘Оппенгеймер’, *Napoleon* ‘Наполеон’, *Priscilla* ‘Присцилла’ и др.), что отражает специфику жанра, ориентированного на реальные личности. Что касается заголовков с именами нарицательными, эти лексемы можно классифицировать по принадлежности к различным лексико-семантическим группам (ЛСГ), релевантным жанровым особенностям биографий.

Наиболее широко представленной в исследуемом материале ожидаемо оказалась лексико-семантическая группа «люди, социальные и профессиональные роли», представленная в 43% заголовков (16 из 50). Такие наименования, как *Better Man* ‘Быть лучше’, *Bonhoeffer: Pastor. Spy. Assassin* ‘Бонхеффер: Пастор. Шпион. Убийца’, *Father Stu* ‘Отец Стю’, *Maestro* ‘Маэстро’, *The Good Nurse* ‘Хорошая медсестра’, *Killers of the Flower Moon* ‘Убийцы цветочной луны’, подчеркивают значимость профессий, социальных статусов и индивидуальных ролей героев, акцентируя внимание на их жизненном пути и судьбоносных решениях. Отметим, что здесь и далее вместо собственного перевода мы приводим официальные русскоязычные заголовки, которые могут не являться в полной мере эквивалентными.

Второй по частоте оказалась ЛСГ «время и продолжительность», охватывающая 15% заголовков (7 из 50). Примеры *20 Days in Mariupol* ‘20 дней в Мариуполе’, *One Life* ‘Одна жизнь’, *Thirteen Lives* ‘Тринадцать жизней’ фиксируют масштаб жизненного пути и временные рамки, в которых разворачивается драма личности, что особенно важно для жанра, где биография связывается с конкретными историческими эпохами и событиями.

ЛСГ «явления, абстрактные понятия и состояния» встречается в 15% заголовков (7 из 50). Сюда относятся *Origin* ‘Происхождение’, *Rise* ‘Восхождение’, *Sound of Freedom* ‘Звук свободы’, *The Zone of Interest* ‘Зона интересов’. Подобные названия придают повествованию философскую и эмоциональную глубину, задавая акцент на ценностных ориентах, трансформации личности и общественной значимости.

В 8% заголовков (4 из 50) встречаются нарицательные имена, входящие в ЛСГ «объекты и вещи». Примеры употребления *The Iron Claw* ‘Стальная хватка’, *The Boys in the Boat* ‘Парни в лодке’ показывают, как предметы и материальные символы становятся значимыми метафорами человеческой судьбы.

Особого внимания заслуживает тот факт, что в 20% заголовков (8 из 50) имя нарицательное функционирует метафорически или символически, выходя за рамки буквального значения. Так, лексема *legend* в *Lamborghini: The Man Behind the Legend* ‘Ламборгини: Человек за легендой’ подчеркивает величие и мифологизацию личности, а заголовок *Rise* ‘Восхождение’ символизирует путь становления, трансформации и поиска. Подобные случаи демонстрируют потенциал нарицательной лексики как инструмента, формирующего восприятие жанра и придающего заголовкам дополнительную образность.

**Заключение.** Таким образом, нарицательные имена в заголовках фильмов-биографий выполняют не только номинативную, но и важную pragматическую функцию.

Они актуализируют ключевые жанровые смыслы, конструируют эмоциональный фон и подчеркивают историческую значимость, формируя ожидания зрителя еще до просмотра. Их частотность, принадлежность к релевантным ЛСГ, а также способность к метафоризации подтверждают их особый статус в коммуникативной и эстетической системе кинозаголовка.

1. Анисимов, В. Е. Кинозаголовок, синопсис и слоган кинофильма как функционально-прагматические единицы кинотекста (на материале современного французского кинодискурса) / В. Е. Анисимов // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2020. – Т. 13, вып. 1. – С. 240–245.
2. Александрова, И. В. Фильмоним как особый вид онимов / И. В. Александрова, Е. В. Николаева // Вестник Томского государственного университета. – 2016. – № 403. – С. 5–9.
3. Аманова, Ш. Национально-культурная специфика лексико-семантической группы наименований жилища в русском языке : выпускная квалификационная работа (бакалаврская диссертация) / Ш. Аманова ; науч. рук. Л. И. Харченкова. – СПб. : Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена, 2022. – 72 с.

## НОВЫЯ НАМІНАЦЫІ, ЗВЯЗАНЫЯ З АРГАНІЗАЦЫЯЙ І КІРАВАННЕМ БІЗНЕСУ

*Шаўчанка З.В.,*

*студэнтка 4 курса ВДУ імя П.М. Машэрава, г. Віцебск, Рэспубліка Беларусь  
Навуковы кіраунік – Дзядова А.С., кандыдат філал. навук, дацэнт*

**Ключавыя слова.** Англіцызмы, запазычаныя слова, лексічная адзінка, неалагізмы, эканоміка.

**Keywords.** Anglicisms, borrowed words, lexical unit, neologisms, ecanomics.

У даследаванні моўных з'яў асаблівую цікавасць выклікаюць працэсы, якія адлюстроўваюць сувязь паміж мовай і грамадствам. Адной з ключавых частак любой мовы, якая найбольш ярка рэагуе на змены ў сацыяльным жыцці, з'яўляецца слоўнікавы склад, які з'яўляецца часткай мовы, найбольш адчувальны да розных змен і зрухаў у грамадскім жыцці [1, с. 78]. Неалагізмы выконваюць важную функцыю ў моўнай сістэме, забяспечваючы яе адаптацыю да новых рэалій. Асаблівае значэнне неалагізмы маюць у сферы эканомікі, адлюстроўваючы новыя тэхналогіі, канцэпцыі і тэндэнцыі, якія з'яўляюцца ў свеце бізнесу і фінансаў. Сфера арганізацыі бізнесу харектарызуецца актыўным узнікненнем неалагізмаў, што абумоўлена развіццём новых тэхналогій і метадаў работы. Сфарміраваная тэрміналогія з'яўляецца неабходным атрыбутам прафесійнай камунікацыі і паспяховага вядзення бізнесу.

Мэта даследавання – вызначыць лінгвістычную спецыфіку неалагізмаў са сферы эканомікі і бізнесу з пункту гледжання іх семантычнага зместу, паходжання і функцыянавання намінацый, звязаных з арганізацыяй і кіраваннем бізнесу.

**Матэрыял і методы.** Матэрыялам даследавання паслужыў «Слоўнік новых запазычаных слоў беларускай мовы» В.І. Уласевіч, Н.М. Даўгулевіч (2023 г.) [2]. У працэсе даследавання выкарыстаны апісальны метад, структурны, а таксама метад сістэмнага аналізу.

**Вынікі і іх абмеркаванне.** Сфера арганізацыі бізнесу харектарызуецца актыўным узнікненнем неалагізмаў, што абумоўлена развіццём новых тэхналогій і метадаў работы. Сфарміраваная тэрміналогія з'яўляецца неабходным атрыбутам прафесійнай камунікацыі і паспяховага вядзення бізнесу. Лексічныя адзінкі ў гэтай групе можна падзяліць на наступныя падгрупы:

1) фарматы камунікацыі ў бізнесе: **бізнес-дыялог** ‘адносіны паміж дзвюма або некалькімі асобамі, кампаніямі ў камерцыйнай, прадпрымальніцкай, біржавой сферы і пад.’: *Документам таксама прадугледжваецца, што бакі засноўваюць бізнес-дыялог, накіраваны на ўмацаванне супрацоўніцтва паміж дзелавымі супольнасцямі бакоў.* [2, с. 24]; **бізнес-трэнінг** ‘кароткатэрміновыя курсы, прысвечаныя пэўнай праблеме ў арганізацыі і вядзенні бізнесу’: *Першы ў гэтым сезоне бізнес-трэнінг стартуе 26 лютага.* [2, с. 26]; **бізнес-канферэнцыя** ‘канферэнцыя з удзелам прадстаўнікоў сферы бізнесу, на якой разглядаюцца пытанні развіцця і вядзення дзейнасці ў сферы бізнесу’; **бізнес-форум** ‘шырокі прадстаўнічы сход спецыялістаў у сферы бізнесу і бізнес-тэхналогій’ [2, с. 26];