

Заглавные буквы выделяют определенные слова или фразы на фоне остального текста, делая их более заметными и акцентируя на них внимание читателя. Это может использоваться для подчеркивания какого-либо преимущества, ключевой идеи или для придания сообщению большей экспрессивности и напора. В определенных контекстах, например, при объявлении распродаж или ограниченных предложений, капитализация может усиливать ощущение неотложности и призывать к немедленному действию. Однако более важной функцией капитализации является, на наш взгляд, создание дополнительных смыслов:

Возьми ДРУГА из приюта «ДОБРИК» (реклама приюта «Добрик»)

Выжми ЛАЙМ на максимум» (карта для покупок в онлайн) (реклама БеларусБанка)

Ушел за разливным КВАСом (реклама заведения «Армянская шаурма»)

Заключение. Рекламный текст по всем показателям относится к разряду манипулятивных текстов, которые преследуют определенные, заранее заданные цели. Лингвистические особенности рекламного текста оказывают огромное влияние на потребителя, тем самым продуцируя актуальность товара в социуме.

В результате проведенного исследования были выявлены основные лингвистические особенности текстов наружной рекламы города Витебска, которые помогают эффективно передавать информацию и воздействовать на целевую аудиторию. Окказиональные слова, рекламные обращения, риторические вопросы, использование императивных конструкций делают рекламу привлекательной и запоминающейся. Важно отметить, что успешность рекламного текста зависит не только от его лексического наполнения, но и от контекста, в котором он представлен.

1. Большой энциклопедический словарь [Электронный ресурс]. – URL : <https://rus-big-enc-dict.slovaronline.com/> (дата обращения: 05.11.2025).

2. Горегляд, Е. Н. Окказионализмы как средство создания экспрессии в современной публицистике / Е. Н. Горегляд // Культура народов Причерноморья. – 2004. – Т. 1, № 49. – С. 167–169.

3. Горегляд, Е. Н. Языковые средства реализации директивности в рекламном тексте / Е. Н. Горегляд // Наука – образованию, производству, экономике : материалы 73-й Регион. науч.-практ. конф. преподавателей, науч. сотрудников и аспирантов, Витебск, 11 марта 2021 г. – Витебск : ВГУ имени П. М. Машерова, 2021. – С. 213–215. – URL: <https://rep.vsu.by/handle/123456789/26946> (дата обращения: 07.11.2025).

СПЕЦИФИКА ТОПОМОРФНОГО КОДА КУЛЬТУРЫ В ГОДОНИМИИ ЮГО-ЗАПАДНЫХ РЕГИОНОВ БЕЛАРУСИ И АНГЛИИ

Прищена М.М.,

магистрант ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь

Научный руководитель – Зайцева И.П., доктор филол. наук, профессор

Ключевые слова. Урбаноним, годоним, топоморфный культурный код, юго-западные регионы Беларуси и Англии.

Keywords. Urbanonym, godonym, topomorphic cultural code, south-western regions of Belarus and England.

Имена собственные являются носителями ценной этнографической и культурно-исторической информации, поэтому все большую актуальность приобретают исследования, осуществляемые в рамках лингвокультурологического подхода. В контексте этого аспекта актуальным является рассмотрение языковых явлений сквозь призму кодов культуры. Код – понятие, изначально использующееся в семиотике для раскрытия смысла сообщения и получившее распространение в лингвокультурологии. Начало лингвокультурологическому пониманию кодов культуры положено в научных исследованиях С.М. Толстой, В.Н. Телия, В.В. Красных, Д.Б. Гудкова, М.Л. Ковшовой. В настоящее время существуют работы, посвященные реализации отдельных кодов [1; 2; 4; 5]. Код культуры представляет собой исторически сложившуюся ценностную знаковую систему, содержащую информацию о мире, и проявляется в процессах категоризации действительности. Различные фрагменты мира, среди которых и имена собственные, становятся основой кодов

культуры, описывающих мир с позиций человека. Культурные коды отражают традиции нации, специфические черты определенной культуры, неотъемлемой частью которых являются онимы [3].

Цель настоящего исследования – установление специфики реализации топоморфного кода культуры в годонимии юго-западных регионов Беларуси и Англии.

Материал и методы. Материалом исследования послужили названия 2535 улиц восьми городов Брестской области Беларуси (Барановичи, Береза, Брест, Ивацевичи, Кобрин, Лунинец, Пинск, Пружаны) и 1770 улиц восьми городов юго-западного региона Англии (Bristol, Bournemouth, Plymouth, Swindon, Gloucester, Torbay, Cheltenham, Exeter), полученные методом сплошной выборки из топонимических словарей, топографических карт и интернет-ресурсов, представленных в открытом доступе на официальных сайтах BrestCITY.com [6] и Geographic.org/streefview [7]. Методологический инструментарий настоящего исследования включает качественно-количественный анализ лексических единиц, систематизацию и инвентаризацию онимного материала, структурный анализ и семантическое описание, сравнение.

Результаты и их обсуждение. Как показывает проведенный анализ годонимиконимов Брестской области и юго-западного региона Англии (таблица 1), чаще всего в наименованиях улиц реализуется топоморфный код культуры, который эксплицируется при помощи годонимов, указывающих на другой объект, относительно которого номинируется внутригородской – 850 ед., 33,2%: *Набережная улица, Вузовский переулок* (Брестский регион) и 568 ед., 32,1%: *Bristol Road, Wellington Parade* (Англия).

Таблица 1. Топоморфный культурный код в годонимии юго-западных регионов Беларуси и Англии

Регион	Города								Всего
	Барановичи	Береза	Брест	Ивацевичи	Кобрин	Лунинец	Пинск	Пружаны	
Брестская область	359 (51,2)	27 (17,5)	229 (32,3)	22 (14,3)	37 (18,7)	45 (21,6)	121 (32,2)	10 (28,6)	850 (33,5)
Всего	701	154	708	154	199	208	376	35	2535
Регион	Города								Всего
	Борнмут	Бристоль	Глостер	Плимут	Суиндон	Торки	Челтнем	Эксетер	
Юго-запад Англии	54 (40,3)	130 (30,5)	26 (22,5)	70 (37,9)	56 (36,1)	150 (42,4)	20 (13,6)	62 (24,9)	568 (32,1)
Всего:	138	427	116	185	155	354	146	249	1770

В рассматриваемых регионах в рамках топоморфного кода наиболее распространены следующие подгруппы наименований:

– годонимы, указывающие на другой внутригородской объект: *улица Спортивная, улица Школьная; College Court, Castle Lane;*

– годонимы, указывающие на другой внутригородской линейный объект (номерные названия): *1-ый Речной переулок, 2-я Вишневая улица, First Avenue, Third Avenue.* В английских городах улицы с номерными названиями практически отсутствуют;

– годонимы, указывающие на названия других населенных пунктов: *улица Белозерская, улица Кобринская, Oxford Street Berkeley Lane;*

– годонимы, соотносимые с названиями гидронимов: *улица Мухавецкая, Нарочанская улица, Severn Street, Thirlmere Court;*

– годонимы, мотивированные названиями типов поселений и хозпостроек: *улица Сельская, улица Усадебная, Bulgeres Lane, Dockham Lane*.

Топоморфный код является доминирующим в иерархии культурных кодов, так как это базовый, первичный код освоения пространства. Он отражает утилитарный и практический подход к именованию, свойственный сообществам, осваивающим территорию. Название дается по конкретному признаку, важному для ориентации объекта.

Причиной преобладания топоморфного кода в Беларуси является то, что Брестская область на протяжении длительного времени является промышленным и транспортным узлом Беларуси (Брест – один из древнейших белорусских городов). Многие города этого региона (Барановичи, Кобрин, Пинск) развивались вокруг промышленных предприятий и железнодорожных станций. Названия, данные по объектам инфраструктуры, обеспечивали эффективную коммуникацию в повседневной жизни и фиксировали функциональное зонирование пространства. Этот код отражает **индустриальный этап** в истории области, когда ландшафт активно преобразовывался человеком. Кроме того, среди белорусских годонимов этот код является абсолютно доминирующим, так как топоморфные названия аполитичны и вневременны. Они не вызывают споров, в отличие от имен исторических или политических деятелей. Это делает их идеальными для стабильной и консенсусной городской среды в современной Беларуси. Таким образом, топоморфный код – это исторический фундамент белорусской годонимии, который в значительной степени сохранился и продолжает доминировать благодаря своей практичности, органичности и нейтральности.

В Англии топоморфный код также очень распространен, но его природа иная, и он тесно переплетается с другими кодами. Многие английские города росли органично на протяжении столетий, а не строились по единому плану. Их улицы часто представляют собой бывшие дороги или тропы между различными населенными пунктами или определяют направления к географическим объектам. Названия фиксировали эту реальность: *Sherwell Lane* – переулок к Шеруэлл (река), *Pitcairn Crescent* – полумесяц Питкэрн (острова Питкэрн являются единственной территорией Великобритании в Тихом океане), *Ridgeway Road* – Риджуэйская улица (Риджуэйская дорога – одна из древнейших дорог Англии, существующая со времён неолита, построена около 3000 г. до н.э.), *Windermere Road* – улица к Уиндермиру (озеро), *Mill Road* – улица к мельнице.

В Англии топоморфный код являлся основой для других кодов. Очень часто этот код служил основой, к которой "прирастали" другие. Улица, ведущая к церкви Святой Марии (*St. Mary's Church*), становилась *St. Mary's Street* (и это уже духовный код). Дорога на Оксфорд (*Oxford Road*) могла иметь на себе таверну "У Красного Льва" (*Red Lion*), и со временем участок этой дороги могли начать называть *Red Lion Lane*. Так топоморфные названия эволюционировали.

Многие английские названия отражают не только географические и природные объекты, но и хозяйственные или промышленные, с ними связанные: *Windmill Lane* (переулок Ветряной Мельницы), *Market Street* (Рыночная улица). В данном случае топоморфный код отражает хозяйственную деятельность человека в конкретной местности. Англия избежала революционных потрясений, подобных французским или русским, которые приводили к массовым переименованиям городских объектов. Поэтому древнейшие топоморфные названия в английских урбанонимиконах сохранялись в неприкосновенности веками и в настоящее время несут историческую информацию. Таким образом, в Англии топоморфный код является историческим скелетом любого города. Он задал основную структуру, которая потом обростала более поздними антропоморфным, социальным и духовным кодами, оставаясь неизменным.

Заключение. Топоморфный код лидирует в иерархии культурных кодов в годонимии регионов Беларуси и Англии, потому что он является древнейшим, самым органичным и практичным способом организации урбанонимного пространства, уходящим корнями в историю формирования населенных пунктов, языком самого пространства. Он представляет собой самый логичный и устойчивый во времени способ именовании улиц. Этот код не зависит от смены политических режимов, идеологий или культурных пред-

почтений. Географические и промышленные объекты, природные ориентиры определяют существование названий улиц, данные им людьми для простоты и удобства ориентации в городском пространстве. Это универсальный и древнейший принцип, общий для самых разных культур и стран.

1. Васильева, Т. Ю. Объективация топонимического кода культуры в системе названий населенных пунктов Белорусского Поозерья / Т. Ю. Васильева // *Studia Wschodniosłowiańskie*. – 2012. – Т. 12. – С. 321–328.
2. Маслова, В. А. Духовный код и его представление в языке и культуре / В. А. Маслова // *Наука – образованию, производству, экономике : материалы XVII (64) Регион. науч.-практ. конф. преподавателей, научных сотрудников и аспирантов, Витебск, 14–15 марта 2012 г. : в 2 т. / Витеб. гос. ун-т ; редкол.: А. П. Солодков (гл. ред.) [и др.]*. – Витебск, 2012. – Т. 1. – С. 175–177.
3. Мезенка, Г. М. Коды культуры і ўрбанізіма славян: падабенства і варыяцыі рэпрэзентацыі / Г. М. Мезенка // *Мовазнаўства. Літаратуразнаўства. Фалькларыстыка : даклады беларускай дэлегацыі, XV Міжнар. з'езд славістаў, Мінск, 20–27 жніўня 2013 г. / НАН Беларусі*. – Мінск, 2013. – С. 99–108.
4. Самигулина, А. С. Пространственный код культуры и его смысловые проекции / А. С. Самигулина // *Вестн. Челябинского гос. ун-та. Сер. Филология. Искусствоведение*. – 2007. – №1. – С. 82–87. Капелюшник, Е. В. Кулинарный код культуры в семантике образных средств языка : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Е. В. Капелюшник ; Томск. политех. ун-т. – Томск, 2012. – 21 с.
5. Устинова, Н. А. Пищевой код традиционной культуры Среднего Приобья : этнолингвистический аспект : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Н. А. Устинова ; Томск. политех. ун-т. – Томск, 2011. – 21 с.
6. BrestCITY.com [Электронный ресурс]. – URL: <https://brestcity.com/blog/ulicy-bresta> (дата обращения: 09.10.2025).
7. Geographic.org [Электронный ресурс]. – URL: [Geographic.org/streetview](https://geographic.org/streetview) (дата обращения: 18.10.2025).

ОБУЧЕНИЕ ТРАНСЛЯЦИИ НАЦИОНАЛЬНЫХ БЕЛОРУССКИХ ЦЕННОСТЕЙ НА УРОКАХ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Сахарова К.И.,

*студентка 3 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь
Научный руководитель – Алейникова О.С., ст. преподаватель*

Ключевые слова. Социокультурная компетенция, национальные ценности, диалог культур, английский язык, ценность.

Keywords. Socio-cultural competence, national values, dialogue of cultures, English, value.

В современном мире межкультурное взаимодействие является неотъемлемой частью жизни, а владение иностранными языками приобретает особую значимость. Отметим, что помимо освоения грамматических структур и лексического запаса, истинное владение языком предполагает глубокое понимание и уважение к культуре его носителей. Республика Беларусь обладает богатой историей, самобытной культурой и уникальным менталитетом, а также имеет ряд ценностей, которые формируют ее идентичность и определяют мировоззрение народа. Трансляция этих ценностей в процесс обучения иностранному языку позволяет не только обогатить учебный материал, но и сформировать у учащихся более глубокое представление о белорусской культуре, способствуя развитию их социокультурной компетенции. Поэтому обучение трансляции национальных белорусских ценностей в процессе преподавания иностранных языков становится *актуальной и многогранной задачей*.

Цель исследования – обосновать значимость трансляции национальных белорусских ценностей в процессе обучения школьников английскому языку.

Материал и методы. Материалами исследования послужили учебная программа по учебному предмету «Иностранный язык» для V–IX классов учреждений образования, реализующих образовательные программы общего среднего образования, с русским языком обучения и воспитания (базовый и повышенный уровни), а также перечень отобранных белорусских национальных ценностей. В исследовании использовались метод теоретического анализа, метод анкетирования и анализа данных.

Результаты и их обсуждение. Социокультурная компетенция – это наличие «знаний в различных социальных и культурных сферах, характеризующих страну, различные общества и социумы страны изучаемого языка и наличие умений адекватно применять