

маемой. Понимание механизмов их функционирования необходимо для развития фразеологической компетенции у студентов экономических специальностей.

1. Чертоусова, С. В. Экономический медиа-дискурс и его характеристики // Эволюция и трансформация дискурсов: сборник научных статей / отв. ред. С. И. Дубинин и В. Д. Шевченко. Самара: Самарский университет, 2016. Вып. 1. С. 145-152. Виноградов В. В. Об основных типах фразеологических единиц в русском языке // Виноградов В. В. Избранные труды. Лексикология и лексикография. М.: Наука, 1977. – С. 140–161.
2. Рогачевская, Е. В. Соматизм "голова" как компонент фразеологизмов (на материале немецкого и английского языков) / Е. В. Рогачевская ; науч. рук. Н. О. Лапушкинская // Молодость. Интеллект. Инициатива : материалы XI Международной научно-практической конференции студентов и магистрантов, Витебск, 21 апреля 2023 года : в 2 т. – Витебск : ВГУ имени П. М. Машерова, 2023. – Т. 1. – С. 353–355.
3. The Guardian. – URL: <https://www.theguardian.com/international> (дата обращения: 04.11.2025).
4. The Economist. – URL: <https://www.economist.com/> (дата обращения: 04.11.2025).
5. The free dictionary. [сайт] – URL: <https://www.thefreedictionary.com/> (дата обращения: 04.11.2025).
6. Oxford Learner's Dictionary of Academic English. – URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/> (дата обращения: 04. 11. 2025).

НОМИНАЦИЯ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ПЕРЕДАЧ КАК ЭЛЕМЕНТ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЫ МИРА

Вержинская М.Ю.,

*учащаяся 10 «Г» класса Лицея ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь
Научный руководитель – Генкин В.М., канд. филол. наук, доцент*

Ключевые слова. Номинация, язык, фольклор, традиции, языковая игра, национальный характер.

Keywords. Nominations, language, folklore, traditions, language game, national character.

Актуальность данного исследования обусловлена значимостью средств массовой информации в современном мире и необходимостью всестороннего, в том числе лингвистического, изучения способов и средств представления информации. Целью исследования является установление национально-культурной и языковой специфики наименования передач, создаваемых на центральных телевизионных каналах Республики Беларусь. В процессе исследования наименований передач белорусского телевидения это популярное средство массовой информации рассматривается не только как медиаплатформа, но и как пространство, в котором отражаются закономерности функционирования языка и культуры Беларуси.

Материал и методы. Материалом исследования послужили 30 названий популярных передач, выходящих на центральных каналах белорусского телевидения. В работе были использованы следующие методы исследования материала: описательный, этимологический и семантический.

Результаты и их обсуждение. Названия передач представляют собой не просто лингвистические единицы, но и своеобразное отражение исторических, литературных и фольклорных традиций народа, его ментальности. Выбирая или создавая название для своего медиа-продукта, номинатор неизбежно ориентируется на будущего адресата телевизионной продукции, стремится привлечь его внимание, заинтересовать, учесть предпочтения зрителей. Крайне важно, чтобы название не только отвечало вкусовым предпочтениям, но и совпадало с глубинными ментальными запросами. Язык, как известно, является важнейшим средством презентации культуры. Названия передач в ономастике рассматриваются как вид идеонимов. Под этим термином, согласно «Словарю русской ономастической терминологии» Н.В. Подольской, «условно объединены различные категории имен собственных, имеющие денотаты в умственной, идеологической и художественной сфере человеческой деятельности» [1, с. 61]. Все идеонимы в силу их особого статуса и значимости являются очень важным элементом языковой картины мира народа, которая «трактуется как специфический для каждого языка способ отражения и представления в языке действительности» [2, с. 476].

Анализ материала показал, что в процессе номинации телепередач белорусского телевидения наиболее характерными являются следующие тенденции.

1. Стремление номинатора подчеркнуть национальный характер медиапродукта, что достигается за счет использования лексических, фразеологических и графических

средств белорусского языка: «Дабраранак», «Смачна есці», «Наперад у мінулае», «Добрый раніцы, Беларусь» и др.

2. Часть названий отражает ориентированность на массовую, народную аудиторию, независимо от образования или рода занятий зрителя: «Я из деревни», «Народный повар» и т. п. Нужно отметить, что использование народных или фольклорных мотивов и образов является своеобразной отсылкой к традиционным представлениям о быте белорусов: еде, утренних ритуалах и т. п.

3. Названия телепередач часто выступают в роли маркеров-напоминаний о важных исторических событиях и национальных достижениях: «Чтобы помнили», «Символы победы», «Дни и месяцы освобождения Беларуси» и др. Белорусское телевидение, в том числе и через названия своих передач, становится способом сохранения культурной памяти. Следует отдать должное следующей тенденции: медиа выступают в роли архивов, напоминания об идентичности. Белорусские телевизионные передачи и в своем содержании, и в названиях стремятся сохранять язык, фольклор, культуру. Таким образом телевидение формирует культурные смыслы, выступая в роли уникальной площадки для их презентации, приспособливая к более современным форматам, запросам и потребностям, адаптируя к интересам аудитории.

4. Использование в названиях литературных аллюзий или отсылок к произведениям других видов искусства: «17 мгновений страны» (отсылка к названию популярного советского сериала «Семнадцать мгновений весны») «В поисках истины» (по одноименному названию книги популярного американского писателя Чарльза Мартина) и др.

5. Названия белорусских телепередач транслируют связь между международными форматами и локальной спецификой. Например, «Х-Фактор Беларусь» – адаптация международного формата, но с национальной идентичностью. Международные модели становятся местными через язык, тематику, проблематику.

6. Стремление привлечь внимание зрителей за счет использования элементов языковой игры, риторических средств диалогизма, направленных на формирование ответного «внутреннего слова» у адресата. Например, названия «Тревожная кнопка», «За гранью» являются своего рода метафорами. Языковая игра использована при создании названий «ОбъективНо», «Ничего себе ньюз».

Заключение. Анализ номинации передач белорусского телевидения показывает, что названия телепередач выполняют не только информативную функцию, но и играют роль в отражении и формировании культуры. Номинация белорусских телепередач выступает как важный элемент мировой языковой картины.

1. Подольская, Н. В. Словарь русской ономастической терминологии. 2-е изд, перераб. и доп. / Н. В. Подольская. – М. : Наука, 1988. – 192 с.

2. Жеребило, Т. В. Словарь лингвистических терминов. Изд. 5-е, испр. и доп. / Т. В. Жеребило. – Назрань : ООО «Пилигрим», 2010. – 486 с.

КАРТИНА ВРЕМЕНИ В НАУЧНО-ФАНТАСТИЧЕСКОМ НARRATIVЕ: НА МАТЕРИАЛЕ КНИГИ С. МОФФАТА «ДОКТОР КТО. ДЕНЬ ДОКТОРА»

Гапоненко В.А., Хоменко И.Е.,

студентки 4 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь

Научный руководитель – Кунтыш М.Ф., канд. филол. наук, доцент

Ключевые слова. Время, хронотоп, нелинейность, субъективное восприятие, темпоральный парадокс, научная фантастика, «Доктор Кто».

Keywords. Time, chronotope, non-linearity, subjective perception, temporal paradox, science fiction, «Doctor Who».

Актуальность исследования обусловлена возрастающим интересом современной науки к междисциплинарному изучению категории времени, а также культурной значимостью научной фантастики как рефлексивной площадки для визуализации сложных