

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН**  
**ЕВРАЗИЙСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Л.Н. ГУМИЛЕВА**  
**ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ**  
**КАФЕДРА ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ И ПРИКЛАДНОЙ ЛИНГВИСТИКИ**

**СУРГУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ**  
**УНИВЕРСИТЕТ (РОССИЯ)**  
**ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ**  
**КАФЕДРА ФИЛОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ И ЖУРНАЛИСТИКИ**

**ТУЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**им. Л.Н. ТОЛСТОГО (РОССИЯ)**  
**ФАКУЛЬТЕТ РУССКОЙ ФИЛОЛОГИИ И ДОКУМЕНТОВЕДЕНИЯ**  
**КАФЕДРА РУССКОГО ЯЗЫКА И ЛИТЕРАТУРЫ**



**РУССКИЙ ЯЗЫК В XXI ВЕКЕ:  
ИССЛЕДОВАНИЯ МОЛОДЫХ**

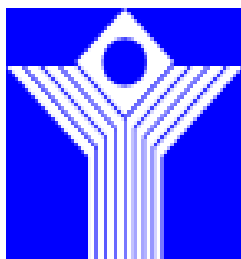
**МАТЕРИАЛЫ IX МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНОЙ  
СТУДЕНЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ**

Сургут, 2022

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН  
ЕВРАЗИЙСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Л.Н. ГУМИЛЕВА  
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
КАФЕДРА ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ И ПРИКЛАДНОЙ ЛИНГВИСТИКИ

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
СУРГУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ (РОССИЯ)  
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
КАФЕДРА ФИЛОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ И ЖУРНАЛИСТИКИ

ТУЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
им. Л.Н. ТОЛСТОГО (РОССИЯ)  
ФАКУЛЬТЕТ РУССКОЙ ФИЛОЛОГИИ И ДОКУМЕНТОВЕДЕНИЯ  
КАФЕДРА РУССКОГО ЯЗЫКА И ЛИТЕРАТУРЫ



**РУССКИЙ ЯЗЫК В XXI ВЕКЕ:  
ИССЛЕДОВАНИЯ МОЛОДЫХ**

**Материалы IX международной научной  
студенческой конференции**

**Сургут  
2022**

УДК 378:001:811.161.1  
ББК 74.58  
Р88

**Редакционная коллегия:**

Е.А. Журавлёва (отв. ред., Казахстан), Н.В. Ганущак, Е.И. Бреусова,  
Д.В. Ларкович, Е.В. Пронина, Н.А. Красовская, Д.А. Романов (Россия),  
Д.С. Ташимханова, Э.Э. Яворская, А.К. Ешекенева (техн. ред., Казахстан)

**Р88 Русский язык в XXI веке: исследования молодых:** материалы IX  
международной научной студенческой конференции / Отв. ред.  
Е.А. Журавлёва. – Сургут: РИО БУ «Сургутский государственный  
педагогический университет», 2022. – 230 с.

ISBN 978-5-93190-399-6

Сборник содержит статьи участников международной научной студенческой конференции, организованной по инициативе кафедры теоретической и прикладной лингвистики Евразийского национального университета им. Л.Н. Гумилева (Казахстан) совместно с кафедрой филологического образования и журналистики Сургутского государственного педагогического университета (Россия) и кафедрой русского языка и литературы факультета русской филологии и документоведения Тульского государственного педагогического университета им. Л.Н. Толстого (Россия). Выступления участников конференции посвящены актуальным проблемам современного русского языка и лингводидактики; взаимодействия языков и этнических культур; языку средств массовой информации; особенностям изучения своеобразия художественных произведений.

Публикуемые материалы могут представлять интерес для студентов, магистрантов, докторантов и преподавателей, а также всех интересующихся проблемами развития современного русского языка в условиях поликультурного сообщества.

УДК 378:001:811.161.1  
ББК 74.58

ISBN 978-5-93190-399-6

© СурГПУ, 2022  
© Авторы, постатейно, 2022

*клубок вернется в свою счастливую жизнь и сможет радовать нас новыми открытиями, а все мы узнаем новые фразеологизмы, которые делают нашу речь интереснее!* Данная история предваряет квест-урок, в ходе которого школьники знакомятся с новыми фразеологизмами или вспоминают известные им фразеологические единицы. Так, в игровой форме учащиеся лучше усваивают единицы языка, пытаются запомнить их значения и применять в своей речи.

#### Литература

1. Выготский Л.С. Педагогическая психология. – М.: Астрель: Хранитель, 2008. – 671 с.
2. Федеральный государственный образовательный стандарт общего образования: проект. – М., 2010.

## **КЛАССИФИКАЦИЯ ЭРГОНИМОВ – НАЗВАНИЙ МАГАЗИНОВ ОБУВИ ГОРОДА НУР-СУЛТАН**

***Рысбек А.***

*azaliya.rysbek@bk.ru*

*Научный руководитель: д.ф.н., ассоц. профессор Джамбаева Ж.А.*

*dzhambayeva@gmail.com*

*Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева*

*г. Нур-Султан, Казахстан*

Лингвистический статус эргонимов связан с изучением онимов, т.е. собственных имен. Следовательно, функции онимов и эргонимов во многом схожи. Среди функций эргонимов имеются: 1) номинативно-выделительная (по праву, является первичной и основной, поскольку это функция называния); 2) информативная (название того или иного объекта несет информацию о нем, в нашем случае, эргоним «*Модный шаг*» дает информацию о том, что речь идет о магазине обуви); 3) рекламная (название магазина должно привлечь клиентов); 4) эстетическая (любое название должно звучать коротко и красиво); 5) мемориальная (часто названия объектов служат для увековечения памяти, т.е. содержат имя владельца или названия коллективов, произведений искусства и т.п.); 6) функция «охраны собственности (названия охраняются специальными законами и ограничивают использование определенных элементов)» [1: 8].

В нашем исследовании ставится цель – описать эргонимы г. Нур-Султан, служащие названиями магазинов обуви. В связи с этим стал вопрос о их классификации. В лингвистической литературе представлены классификации эргонимов по различным основаниям. Так, А.В. Суперанская делит их «на реальные и символические. Первые отражают местоположение и характер деятельности компании, вторые – дают лишь намек на характер их деятельности» [2: 195]. По мнению ученого «аббревиатуры занимают промежуточное положение, поскольку многие в расшифрованном виде оказываются названиями реального типа» [2: 195]. Н.В. Шимкевич коммерческую номинацию классифицирует с точки зрения «наличия или отсутствия в эргониме прагматики» [3: 6-7]. При этом автор выделяет «прагматические и прагматические эргонимы. Прагматические подразделяются на информативные (указывают информацию об объекте) и ассоциативные (вызывают различные ассоциации), прагматические имеют одну разновидность – информирующие, т.е. сообщают сведения о роде занятий фирмы» [3: 6-7]. М.Е. Новичихина классифицирует эргонимы – названия коммерческих объектов, учитывая следующие три стороны: «1) в зависимости от именуемого объекта, где имеются подгруппы: номинация торговых учреждений (магазины, торговые павильоны), номинация предприятий сфер обслуживания (кафе, рестораны, медицинские фирмы, фирмы недвижимости, учебные центры и т.п.), номинация отдельных видов товаров (бытовой техники, косметических средств, продуктов питания и т.п.); 2) по структуре номинации – однословные и многословные; 3) по степени «прозрачности» номинации – прямая и непрямая» [4: 8]. Имеется ряд и других исследований, посвященных проблеме классификации коммерческой номинации, однако следует отметить, что все они затрагивают вопросы общей классификации, нас же интересовали наименования конкретно магазинов обуви.

Собранный нами фактический материал показал, что магазины обуви г. Нур-Султан именуется на разных языках: русском, казахском и английском, поэтому первым основанием для классификации был избран язык номинации.

Одной из задач нашего исследования было произвести лексикографический анализ лексем «обувь» и на его основе составить лексико-семантическое поле (далее – ЛСП) «обувь». В результате такого анализа мы установили ядро и периферию ЛСП «обувь». В ходе лексического анализа фактического материала (на сегодняшний

день наш материал включает 92 эргонима) установлено, что не все наименования связаны с семантикой обуви, это дало нам основание определить второй параметр для классификации – лексически связанные и несвязанные со словом «обувь» номинации. Таким образом, собранные нами эргонимы – названия магазинов и бутиков обуви г. Нур-Султан были распределены по шести группам:

– наименования обувных магазинов на русском языке, которые находятся в ЛСП слова «обувь» (всего – 18, например, «*Баумачок*», «*Туфелька*», «*Сапожок*», «*Шпилька*», «*Каблучок*», «*Обувной мир*» и др.);

– наименования обувных магазинов на русском языке, которые не находятся в ЛСП слова «обувь» (всего – 6, например, «*Ууу Данилки*», «*Ортобум*», «*Сезон*», «*Каприз*» и др.);

– наименования обувных магазинов на английском языке, которые находятся в ЛСП слова «обувь» (всего – 11, например, «*Shoes*», «*Scarpa*», «*Tacco*», «*Sneakershop*» и др.);

– наименования обувных магазинов на английском языке, которые не находятся в ЛСП слова «обувь» (всего – 32, например, «*Grizzly*», «*Flo*», «*Respect*», «*Inci*», «*Rieker*», «*Ecco*», «*Belwest*», «*Mat Star*» и др.);

– наименования обувных магазинов на казахском языке, которые находятся в ЛСП слова «обувь» (всего – 3, например, «*Аяқ киім*», «*Аяқ киім дүкені*», «*57 – Ерлерге арналған аяқ киім бутигі*»);

– наименования обувных магазинов на казахском языке, которые не находятся в ЛСП слова «обувь» (всего – 22, например, «*Кербез*», «*Batyr*», «*Ниембай*», «*АрАй*», «*Akerke*», «*Vota*» и др.). Отметим, что в ходе описания каждой группы были установлены подгруппы, объясняющие степень связанности или не связанности эргонима со значением слова «обувь».

Предварительный количественно-качественный анализ и описание фактического материала свидетельствуют о том, что в нашей столице в качестве коммерческих названий магазинов обуви предпочитают выбирать эргонимы на английском языке (43 наименования), при этом для владельцев магазинов неважно отражает нейминг связь с обувью как основным товаром или нет. Для выяснения причин выбора того или иного наименования нами было проведено интервьюирование с владельцами и сотрудниками торговой точки, результаты которого будут освещены в отдельной публикации.

## Литература

1. Емельянова А.М. Эргонимы в лингвистическом ландшафте полиэтнического города. – Уфа, 2007. – 22 с. // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://bashedu.ru/sites/default/files/autoref\\_files/](https://bashedu.ru/sites/default/files/autoref_files/)
2. Суперанская А.В. Общая теория имени собственного. – М., 2007. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.twirpx.club/file/2118242/>
3. Шимкевич Н.В. Русская коммерческая эргонимия (прагматический и лингвокультурологический аспекты). – Екатеринбург, 2002. // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=15991746&>
4. Новичихина М.Е. Теоретические проблемы исследования эффективности коммерческой номинации. – Воронеж, 2004. // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://new-disser.ru/\\_avtoreferats/01002747223.pdf](https://new-disser.ru/_avtoreferats/01002747223.pdf)

## «НОРМИРОВАННЫЕ» ЯЗЫКОВЫЕ НАРУШЕНИЯ В РЕЧИ МОЛОДЕЖИ

*Сазонова У.*

*ulyanaasazonova@gmail.com*

*Научный руководитель: учитель Денисенко А. Д.*

*Den\_anna\_s@mail.ru*

*КГУ «Гимназия № 6»*

*г. Нур-Султан, Казахстан*

Языковые нормы не придуманы филологами, они отображают определённый этап в развитии литературного языка всего народа. Невнимательное, небрежное отношение к нормам произношения, ударения, употребления слов, использование в речи жаргонизмов, вульгаризмов, неоправданных заимствований загрязняют речь, разрушают язык.

«Литературно правильная речь построена в соответствии с языковыми нормами, под которыми принято понимать единообразное, образцовое, общепринятое использование единиц языка», – Л.П. Введенская [1: 12].

В соответствии со структурой языка различаются орфоэпические, лексические, грамматические (словообразовательные, морфологические, синтаксические), орфографические, пунктуационные нормы [2]. Соблюдение речевых норм является необходимым минимумом в речи человека, называющего себя образованным. Но, к сожалению, многие подростки используют в своей речи слова и обороты, которые