



Научно-исследовательский журнал «Современный ученый / Modern Scientist»

<https://su-journal.ru>

2025, № 4 / 2025, Iss. 4 <https://su-journal.ru/archives/category/publications>

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности: 5.9.6. Языки народов зарубежных стран (с указанием конкретного языка или группы языков) (филологические науки)

УДК 811.11-112

Лингвистические и культурные аспекты номинации «восхищение» в англоязычных СМИ

¹ Зиядинова Д.А.

¹ Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова

Аннотация: данная статья углубленно исследует лингвистические и культурные аспекты номинации эмоции «восхищение» в англоязычных средствах массовой информации на примере медиа-текстов широкой вариативности. Анализ корпуса лексических единиц, используемых для выражения восхищения, выходит за рамки простого перечисления синонимов, выявляя сложную картину семантической вариативности и культурной обусловленности выбора конкретных терминов. Исследование не ограничивается анализом отдельных слов, а рассматривает влияние широкого контекста – типа СМИ (печатные издания, онлайн-ресурсы, блоги), целевой аудитории, тематики публикации и жанра – на выбор лексики, демонстрируя предпочтения к определенным стилистическим регистрам (формальный/неформальный, разговорный/литературный) и эмоционально-оценочным средствам.

Особое внимание уделяется сравнительному анализу синонимов, раскрывая тонкие смысловые различия и коннотативные оттенки, часто недоступные прямому переводу. Работа исследует культурологические подтексты, скрытые за кажущейся простотой выражения положительной оценки, раскрывая, как выбор лексики отражает культурные ценности и социальные нормы англоязычного общества.

В результате исследования выявлена глубокая взаимосвязь лингвистических средств выражения и культурных кодов, реализующихся в номинации «восхищения» в англоязычных медиа, а также предлагаются новые перспективы для дальнейших исследований в области лингвокультурологии и анализа медиа дискурса.

Ключевые слова: восхищение, номинация, англоязычные СМИ, лингвистика, культура, семантика, лексика, семантическая вариативность, дискурс

Для цитирования: Зиядинова Д.А. Лингвистические и культурные аспекты номинации «восхищение» в англоязычных СМИ // Современный ученый. 2025. № 4. С. 188 – 194.

Поступила в редакцию: 3 декабря 2024 г.; Одобрена после рецензирования: 4 февраля 2025 г.; Принята к публикации: 19 марта 2025 г.

Linguistic and cultural aspects of the nomination “admiration” in the English media

¹ Ziyadinova D.A.

¹ Crimean Engineering and Pedagogical University named after Fevzi Yakubov

Abstract: this article is aimed on the deep exploration of linguistic and cultural aspects of the nomination of the emotion “admiration” in the English media. The analysis of the corpus of lexical units used to express admiration goes beyond a simple listing of synonyms, revealing to a complex picture of semantic variability and cultural conditioning of the choice of specific terms. The study is not limited to the analysis of individual words, but considers the influence of a broad context – type of media (printed publications, online resources, blogs), the target audience,

the publication topic and the genre - on the choice of the vocabulary, demonstrating preferences for the certain stylistic registers (formal/informal, colloquial/literary) and emotional-evaluative means.

The particular attention is paid to the comparative analysis of synonyms, revealing subtle semantic differences and connotative nuances, that are often inaccessible to direct translation. The work explores the cultural implications hidden behind the apparent simplicity of positive expressions, revealing how the choice of the vocabulary reflects the cultural values and social norms of the English-speaking society.

As a result of the study, conclusions are presented about the deep relationship between linguistic means of expression and cultural codes implemented in the category of "admiration" in the English media, offering new prospects for further research in the field of cultural linguistics and discourse analysis.

Keywords: admiration, nomination, English media, linguistics, culture, semantics, vocabulary, the semantic variability, the discourse

For citation: Ziyadinova D.A. Linguistic and cultural aspects of the nomination "admiration" in the English media. Modern Scientist. 2025. 4. P. 188 – 194.

The article was submitted: December 3, 2024; Approved after reviewing: February 4, 2025; Accepted for publication: March 19, 2025.

Введение

Номинация (лат. «*nominatio*»; англ. «*nomination*»), именование посредством соответствующей детерминирующей лексемы, способствующее познанию окружающей реальности, на сегодняшний день является одним из самых перспективных и активно изучаемых направлений в лингвистике. Теория номинации, известная со древних времён, по своей сути наряду с грамматическим искусством была неотъемлемой и важной частью античной философии Аристотеля и Платона. «Имя понималось не просто как условное обозначение объекта, поскольку содержало в себе правила обращения с обозначаемым предметом и объясняло поступки или характер человека, который его носил.» [1, с. 21-22].

Согласно определению Г.В. Колшанского, номинация является «закреплением за языковым знаком понятия «сигнификата», отражающего определенные признаки, денотаты – свойства, качества и отношения предметов и процессов материальной и духовной сферы, благодаря чему языковые единицы образуют содержательные элементы вербальной коммуникации» [6, с. 101].

Фактически, номинация является базой, основой в процессе соотнесения языковой формы и того явления, которое «обуславливает предметное значение единицы, что отражает значимость феномена номинации в языке и его коммуникативную роль» [6, с. 101].

Понятие «номинации» исследуется в научных концепциях Э.С. Азнауровой, А.А. Уфимцевой, Е.С. Кубряковой, В.Н. Телии, где подчеркивается связь процесса именования с мышлением [10, с. 7], поскольку он не только закрепляет понятие за языковым знаком, но и через осознание и осмысление, способствует декодированию знания и

культурных кодов, являясь важным средством передачи информации в процессе коммуникации.

В.Г. Гак говорит о многовекторности понятия «номинации», рассматривая его в узком значении, т.е. процесс обозначения явлений и предметов, и в более широком аспекте, т.е. выражение связи с эмотивной и чувственной составляющей личности, экспрессией, культурой и историей и т.д. [5, с. 234].

Г. Фреге говорил о том, что в семантической структуре слова заложено не только смысловая коннотация, буквально информация о предметах или явлениях, но и отношение к нему, что безусловно является важным признаком именуемого фрагмента действительности. [12, с. 217].

В работах А.А. Потебни акцент ставится на единство внутреннего содержания и внешней формы слова, где оно «даёт ещё знание этого единства; она есть не образ предмета, а образ образа, то есть представление» [8, с. 147].

Именно такая многогранность номинации является ключевой в медиа дискурсе, поскольку акцент смещается в сторону создания образности и экспрессивности понятия, когда внутреннее содержание языковой единицы, образ и представление о понятии, доминирует над его формой.

Медиа-дискурс – это динамическое явление, в основе которого лежит перманентная зависимость от исторических процессов, политических, экономических, социокультурных, происходящих на данном этапе развития общества, что напрямую влияет на риторику, прежде всего на ее оценочность и экспрессивность, эстетическую и смысловую функции номинации.

Материалы и методы исследований

Статья посвящена анализу лингвистических и культурных аспектов номинации «восхищение» на

материале англоязычных СМИ широкого спектра, т.к. современное медиа пространство выходит далеко за рамки печатных изданий, включая также блоги, интернет-чаты, подкасты и онлайн периоду различных жанров.

Для достижения поставленных целей предлагается в статье используется методология лингвостилистического, культурологического, контекстуального анализа.

При анализе процесса наименования в медиа текстах мы должны опираться не только на языковые принципы, ономазиологические и семасиологические подходы к самому процессу, но и социокультурный и лингвокультурные аспекты данного феномена, поскольку для медиа пространства номинация является не просто созданием «новых» понятий и отражение объектов реальности, но и убеждение, оценка, привлечение внимания и воздействие, формирование определенной идеологии социума, отражающей его языковую картину мира.

Для медиа пространства классический семантический треугольник номинации «означающее-денотат-означаемое» не будет является достаточным, поскольку, как говорилось ранее, современный медиа текст несет в себе больше эмоционально-экспрессивной функциональности и коммуникативной составляющей, чем любой другой письменный источник [2, с. 4-16].

Следовательно, мы полагаем, что необходимо рассматривать процесс номинации в медиа тексте как многовекторный, т.е. на уровне денотата необходимо добавить эмотивную составляющую, чувственный образ, завязанный на оценке явления, его эмоционально-экспрессивным отражением в сознании, а также мотив, т.е. побуждение читателя к определенного уровня действиям, умозаключениям, после отражения номинации в сознании.

Таким образом, мы предлагаем рассматривать процесс номинации в медиа тексте с точки зрения эмоции и мотива, которые вызывает того или иное именование, в нашем исследовании это восхищение. Например, для рекламного или маркетингового текста, использование языковых единиц с номинацией восхищение должно вызвать побуждение к покупке, поскольку передает чувство наслаждения и вожеления.

Эмоции, также являясь одной из форм отражения действительности, в настоящее время занимают одно из ключевых мест в лингвистических исследованиях, по сути не только провоцируя исследования на стыке научных областей, но и порождая такие перспективные направления как эмотиология, где анализируется глубокая связь психиче-

ских явлений, мышления и их языкового выражения [4, с. 12].

Эмоции не могут воспроизводиться однозначно в языке и чувственная, эмотивная сфера языкового пространства вызывает неподдельный интерес лингвистов, в том числе из-за нечеткости вербализации ее фрагментов. Кроме того, согласно, Н.А. Красавскому сложность таких исследований обусловлена психолого-физиологической природой и исключительной значимостью этого явления [7, с. 26].

Национально-культурная специфика «восхищения» в англоязычных странах связана, прежде всего, с этикетом, поскольку является неотъемлемой частью комплимента, как выражения симпатии и расположения, а также с уровнем аристократичности, доброжелательности и образованности.

Для светского этикета в британском и американском обществе характерны такие лексемы единицы как: *pretty, beautiful, lovely, handsome, awesome, gorgeous, good-looking, charming, delightful, admirable, delicious, graceful, fantastic, impressive, trendy, cute, stunning* и другие для выражения красоты и внешней привлекательности; для похвалы умственных способностей: *so smart, have such a sharp mind, incredibly knowledgeable, endowment, impressive, remarkable, admirable, acumen, valuable*, и словосочетания и выражения – *to have one's head screwed on the right way, smart as paint, a mind like a steel trap, a word is enough to the wise, occupy smb's mind, a clear head, your intelligence never ceases to impress me, purely intellectual, adroitness, high intellectual, a magic touch, long suit, to know your stuff / your onions, to turn your hand to sth, to have a flair for, a flight of fancy* и другие; о качествах человека и его характере: *glorious, joyful, gaiety, fascinating, ecstasy, marvelous, pleasant*; для выражения крайне степени восхищения качествами, внешними данными или поступками: *excellent, brilliant, awesome, wonderful, divine, exquisite, breathtaking, spectacular, perfect, magnificent, angelic, amazing, extraordinary и другие*; о еде: *amazing, exceptional, surprise, incredible, perfect, splendid, appetizing, moreish, delicious, delectable, palatable, savoury, toothsome, luscious, scrumptious*, а также коллокации – *Chef's kiss, mouth-watering, finger-licking* и т.д.

Материалом для данного исследования послужили языковые единицы – фразеологизмы, слова и выражение, коллокации, фольклорные устойчивые выражения, авторские метафоры и неологизмы, входящих в синонимическое поле наиболее часто используемых для выражения восхищения лексем *amazing* и *awesome*, в том числе в современных медиа текстах широкого контекста. Выбор матери-

ала исследования обусловлен тем, что в основном языковыми единицами, передающими эмотивные состояния в английском языке, являются прилагательными и наречиями, другими словами, – статальные предикаты [11, с. 102].

Результаты и обсуждения

Языковое многообразие, выраженное в богатстве лексических единиц, выражающих эмоцию, безусловно является преимуществом и уникальностью процесса номинации чувств, где, несмотря на лидерство лексемы, как основного средства именования, также стоит упомянуть синтаксические и грамматические закономерности построения эмотивных и чувственных конструкций [11, с. 3].

Например, одни из самых распространённых лексем *amazing* и *awesome*, впервые зафиксированные в XVI веке в значении *filled with awe*, согласно словарю, выражают *inspiring awe or admiration or wonder* [12]; *causing feelings of great admiration, respect, or fear* [12]; *expressive of awe* [12].

Как видно, из словарных дефиниций, данные прилагательные наряду со значением «восхищения» отражают и передают эмоции «удивления», «уважения», «страха/трепета», «благоговения», что позволяет нам сделать вывод о пересечении основных и второстепенных значений. Кроме того, синонимичный ряд данных лексем огромен и зачастую включает в себя не только схожие по значению слова, но и выражения, коллокации и целые устойчивые конструкции.

Анализ фактического материала позволил проследить модификацию значения прилагательных *amazing* и *awesome* в различных контекстах англоязычных СМИ, где также видна связь между эмотивными состояниями и экспрессивными языковыми средствами их выражения.

Так, например, в следующих примерах лексемы *amazing* и *awesome* реализуют номинативный признак «вызывающий восхищение»: (1) *It was clear from the television film of that contest that her mastery of the instrument was awesome* [14]; (2) *As he watched Hopper work, Nicholson came to the conclusion that he was working with a genius, flawed perhaps, but a man whose artistry was, and still is, quite awesome* [14]; (3) *When I saw [Mitoma's] first touch...I've seen him do it countless times in training. It was impeccable. It was a thing of beauty. It was amazing. Great goal.* [15]. В примерах (1, 2) показано восхищение профессионализмом: тем, как человек владеет музыкальным инструментом, и потрясающее мастерство художника. Пример (3) показывает одну из наиболее эмоциональных сфер человеческой жизни, увлечение спортом, в данном случае зрелищная игра футбол, которая для англо-

язычного сообщества, несмотря на ключевые различия в самой сути игры, является культурной доминантой. Восхищение игрой спортсмена, его виртуозностью выражена не только самой лексемой *amazing*, но и дополнена её синонимами: *It was impeccable. It was a thing of beauty.*

Выступая в основной функции эмотивных прилагательных – предикативе, *amazing* и *awesome* передают восхищение объектами различными по своему характеру, как одушевленными, так и неодушевленными, где зачастую, это абсолютно обыденные и привычные в обиходе наименования вещей, людей и их внешности, талантов, навыков и привычек, действий и поведения.

Однако стоит отметить, что данные лексемы могут выступать и в функции атрибутива, сопровождая существительные и имена собственные для передачи колористики и оценочности, как, например: (4) *“An amazing new young star”, wrote the veteran Bosley Crowther in his final review for The New York Times* [13]; (5) *A sign: “Peru – land of amazing landscapes”* [13]; (6) *And it's awesome music* [13]; (7) *Again, I think I may have underestimated it hearing it on Yuri Bashmet's disc straight after his amazing performance of the Viola Concerto* [13]; (8) *The irrepressible Kay Ward, famous for her naughty jokes and amazing vocal talents has a new alternative show for those of stronger morals...* [13]; (9) *As a child, he was driven by an insatiable curiosity and showed an awesome gift for sorcery* [13].

Помимо, типичных объектов восхищения – люди, их деятельность и таланты, в данных примерах можно увидеть и абстрактные понятия (*awesome music, amazing landscapes*), которые вызывают восхищение абсолютно субъективно и зачастую вызывают абсолютно противоположный мотив, т.е. человек читающий газету с уникальным взглядом на природу, отражающим восхищение и гордость, может испытывать негативные эмоции, если данное место или сама природа вызывают в нем отрицательные эмоции, что отразится в оценочных и экспрессивных коннотациях.

Экспликация восхищения в пресс-релизах фильмах или чатах, где обсуждают свое видение мира искусства, наиболее щедрой сферы на выражение восхищения, критики и сторонние наблюдатели представлены огромным спектром слов и выражений, зачастую представляющими синонимичные ряды: (10) *The Wachowskis' epic paranoia fable is about many things: human batteries, downloading things into your brain and how to wear awesome leather overcoats – but at its heart it's an amazingly powerful love story, without which none of the other crud about computer simulations and sentient programs would have a fraction of their impact* [16];

(11) *Part of the not inconsiderable brilliance of this film is the way it all ties together in the climactic clinch* [16]; (12) *Jorgensen saves after a passage of play we've seen numerous times tonight. Awesome hold up and link up play from Rutter begins the Brighton attack which ends with* [15]; (13) «*That was cool and an awesome moment*», *Reed said* [15]. Здесь две лексемы, являющиеся полными синонимами, экспликативно усиливают друг друга.

Рассмотрим группу примеров, где адъективные лексемы *amazing* и *awesome* реализуют номинативный признак «вызывающий удивление»: невероятное сходство, стечение обстоятельств, чужое мнение, перемены в жизни и т.д.: (14) «*Did you read the articles that were written about him at his death?*» «*Some of them.*» «*The consensus of opinion was absolutely amazing. I read everyone.*» «*If they all said the same thing, wasn't that rather unnecessary?*» [14]; (15) *I only meant that the coincidence is amazing* [14]; (16) *Your resemblance to your mother is quite amazing* [14]; (17) *Monday week after Easter, 1922, saw a new and somewhat awesome change in my life* [14]; (18) *The human body has amazing powers of recovery* [14]; (19) *We're playing some superb football but what is awesome is that we are getting better* [14].

Так, в предпоследнем примере обращает на себя внимание акцент на удивительных способностях человеческого организма восстанавливаться, что находит отражение в огромном спектре эмотивных конструкций в самой статье, которая посвящена чудесному выздоровлению и спасению от жизни наркомана. Мотив самой статьи и используемых лексем восхищения в попытке убеждения и призыва к отказу от вредных пристрастий, которые автор также подчеркивает эмотивной лексикой: *massive, endless, true gods, did wonders* и т.д.

А в примере о спортивной игре футбол (19), говорящий удивляется прогрессу и развитию своего старого хобби, которое сильно изменилось в лучшую сторону, что его искренне восхищает. При этом лексемы имеют двоякую функциональность, и как в большинстве исследуемых примеров, передача эмотивного состояния усиливается использованием абстрактных существительных, что подчеркивает номинирующую функцию данных лексем.

Использование союза *how* помогает передать значение эмоции удивления для лексемы *amazing*, особенно, если оно стоит в функции предикатива: (20) *It was quite amazing how many small shops existed in the twenties* [14]; (21) «*It is amazing to me,*» *said Bingley, "how young ladies can have patience to be so very accomplished as they all are"* [14].

Выражение страха перед чем-то грандиозным, пугающим, показано в следующем примере: (22) *While his wealth has kept him above consequence for years, Combs now faces the awesome power of the American judicial system and ultimately a jury of his peers...* [17]. Здесь лексема *awesome* четко передает испуг и ужас перед неотвратимым событием, в данном контексте приговором и тюремным заключением, а единица *awesome* усиливает колоссальность и мощь американской юридической системы.

Следующие примеры невозможно разграничить по их эмотивной составляющей, т.е. по передаваемой эмоции, поскольку восхищение и удивление – два состояния, которые в жизни сопровождают друг друга: (23) *Collect a range of interesting yarns and the results can be amazing* [14]; (24) *Now the remarkable psychic detective exclusively opens a casebook that spans 20 years to tell two more amazing stories: Why she believes that Lord Lucan is still alive; and how she helped the hunt to find the killers of tragic safari girl Julie Ward* [14]; (25) *The power of his personality was awesome* [14]; (26) *The first two goals against Wimbledon were awesome* [14].

В данных примерах сложно выделить доминирующий номинативный признак – эмоцию «восхищение» или «удивление», что говорит о невозможности рассматривать данные эмотивные лексемы обособленно, как репрезентирующие только одну номинацию. Это подчёркивает тот факт, что передача любой эмоции средствами языка в полной мере невозможна, и для часто сложные эмоции находят выражение в использовании синонимов для усиления эмотивной составляющей: *cool and awesome, claps and cheers, splendid and awesome, surprising and unpredictable* и т.д.

Интересен пример, где лексема *awesome* передает не просто восхищение, а глубокое чувство гордости, а мотив использования данного слова – вызвать чувство патриотизма и побудить к использованию государственной символики: (27)...*podium is "such a special feeling."* «*I think it's awesome to be able to carry our flag and it's something that we should be...*» [18]

Выводы

Таким образом, культурологический аспект экспликации номинации «восхищение» в англоязычном медиа пространстве характеризуется наличием таких содержательных характеристик, как чувство уважения, удивление, одобрения / похвалы, любви, восторга, наслаждения, гордости, и даже страха и трепета по отношению к объектам окружающей действительности.

Эмотивное состояние «восхищение», выраженное языковыми средствами, пересекается с номи-

нациями, передающими как положительные эмоциональные состояния и чувства (наслаждение, удовольствие, гордость, восторг, симпатия, любовь), так и отрицательные (страх, зависть), что позволяет рассматривать его амбивалентно в дальнейших исследованиях. Также более подробно стоит рассмотреть использование синонимичных полей с компонентом восхищение в одном высказывании, когда роль каждого компонента меняется, усиливая или уменьшая степень эмоциональной окраски.

Перспектива дальнейшего исследования обусловлена недостаточной изученностью данной номинации, прежде всего в области медиа дискурса с широким контекстом.

Научная новизна заключается в выборе фактического материала, поскольку мы не ограничиваемся печатными изданиями или их онлайн версией, а рассматриваем более широкий спектр современных медийных текстов, в том числе блоги и онлайн чаты; в применении комплексного подхода к рассмотрению объективации восхищения в современных текстах и установлении базовой смысловой структуры и синтагматических связей в указанном спектре эмотивной лексики; в определении лексических средств вербального описания выражения восхищения, выявлении единиц, описывающих его внешнее проявление.

Список источников

1. Амирова Т.А., Ольховиков Б.А., Рождественский Ю.В. История языкознания. М. 2020. С. 21 – 22.
2. Апресян В.Ю., Апресян Ю.Д. Метафора в семантическом представлении эмоций // Вопросы языкознания. 2019. № 3. С. 4 – 16.
3. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. М., 2015. С. 270.
4. Бабенко Л.Г. Лексические средства обозначения эмоций в русском языке. Свердловск. 2022. 182 с.
5. Гак В.Г. К типологии лингвистических номинаций. М. 2023. С. 234.
6. Колшанский Г.В. Лингво-гносеологические основы языковой номинации. М. 2019. С. 101.
7. Красавский Н.А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах: монография. М. 2018. 374 с.
8. Потебня А.А. Полное собрание трудов: мысль и язык. М. 2019. 300 с.
9. Тамарченко Н.Д. Поэтика: словарь актуальных терминов и понятий. М. 2018. С. 147.
10. Уфимцева А.А., Азнавурова Э.С., Кубрякова Е.С., Телия В.Н. Лингвистическая сущность и аспекты номинации. М. 2017. С. 7.
11. Худяков А.А. Теоретическая грамматика английского языка: учеб. пособие для студ. филол. фак. ин. яз. высш. учеб. заведений. М. 2015. 135 с.
12. Фреге Г. Смысл и денотат // Семиотика и информатика: Сб. статей под ред. Михайлова А.И. М: ВИНТИ, 1977. 217 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://kant.narod.ru/fregel.htm> (дата обращения 18.11.2024)
13. The Free Dictionary [Электронный ресурс]. URL: <http://www.thefreedictionary.com/amazing> (дата обращения: 10.11.2024)
14. Journalism & Mass Media [Электронный ресурс]. URL: <https://bluegrass.libguides.com/c.php?g=736404&p=5263497> (дата обращения: 10.11.2024)
15. Mail.Online [Электронный ресурс]. URL: <https://www.dailymail.co.uk/sport/football/article-14386771/brighton-vs-chelsea-2024-25-premier-league-live-result.html> (дата обращения: 10.11.2024)
16. The Guardian [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/film/2025/feb/14/lights-camera-attraction-the-31-most-romantic-moments-in-cinema> (дата обращения: 09.11.2024)
17. Mail.Online [Электронный ресурс]. URL: <https://www.dailymail.co.uk/news/article-14398741/sean-diddy-combs-kidnapped-woman-party-claims-lawsuit.html> (дата обращения: 10.11.2024)
18. The Globe and Mail [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theglobeandmail.com/canada/article-skaters-flock-to-rideau-canal-in-ottawa-to-kick-off-flag-day/> (дата обращения: 10.11.2024)

References

1. Amirova T.A., Olkhovikov B.A., Rozhdestvensky Yu.V. History of linguistics. Moscow, 2020. P. 21 – 22.
2. Apresyan V.Yu., Apresyan Yu.D. Metaphor in the semantic representation of emotions. Questions of language knowledge. 2019. No. 3. P. 4 – 16.
3. Akhmanova O.S. Dictionary of linguistic terms. Moscow, 2015. P. 270.
4. Babenko L.G. Lexical means of denoting emotions in the Russian language. Sverdlovsk. 2022. 182 p.
5. Gak V.G. On the typology of linguistic nominations. Moscow, 2023. P. 234.

6. Kolshansky G.V. Lingvo-gnoseological foundations of language nomination. Moscow, 2019. Page 101.
7. Krasavsky N.A. Emotional concepts in German and Russian linguocultures: monograph. Moscow, 2018. 374 pages.
8. Potebnya A.A. Complete works: thought and language. Moscow, 2019. 300 pages.
9. Tamarchenko N.D. Poetics: dictionary of current terms and concepts. Moscow, 2018. Page 147.
10. Ufimtseva A.A., Aznavurova E.S., Kubryakova E.S., Telia V.N. Linguistic essence and aspects of nomination. Moscow, 2017. Page 7.
11. Khudyakov A.A. Theoretical grammar of the English language: textbook. manual for students of the philological faculty of foreign languages of higher educational institutions. Moscow, 2015. 135 p.
12. Frege G. Meaning and Denotation. Semiotics and Informatics: Collection of articles edited by Mikhailov A.I. Moscow: VINITI, 1977. 217 p. [Electronic resource]. URL: <http://kant.narod.ru/frege1.htm> (accessed on 11/18/2024)
13. The Free Dictionary [Electronic resource]. URL: <http://www.thefreedictionary.com/amazing> (accessed on 11/10/2024)
14. Journalism & Mass Media [Electronic resource]. URL: <https://bluegrass.libguides.com/c.php?g=736404&p=5263497> (access date: 11/10/2024)
15. Mail.Online [Electronic resource]. URL: <https://www.dailymail.co.uk/sport/football/article-14386771/brighton-vs-chelsea-2024-25-premier-league-live-result.html> (access date: 11/10/2024)
16. The Guardian [Electronic resource]. URL: <https://www.theguardian.com/film/2025/feb/14/lights-camera-attraction-the-31-most-romantic-moments-in-cinema> (access date: 11/09/2024)
17. Mail.Online [Electronic resource]. URL: <https://www.dailymail.co.uk/news/article-14398741/sean-diddy-combs-kidnapped-woman-party-claims-lawsuit.html> (accessed: 10.11.2024)
18. The Globe and Mail [Electronic resource]. URL: <https://www.theglobeandmail.com/canada/article-skaters-flock-to-rideau-canal-in-ottawa-to-kick-off-flag-day/> (accessed: 10.11.2024)

Информация об авторе

Зиядинова Д.А., аспирант, Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова, ole.litviak@yandex.ru

© Зиядинова Д.А., 2025