

Научная статья

<https://doi.org/10.24412/2658-7335-2025-4-17>

УДК 81:008:801.82



Attribution

cc by

СОВРЕМЕННЫЙ ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРС: АКТИВНЫЕ ЛЕКСИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ

Павловская О.Е., Рыбальченко О.В.

Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина

**Аннотация.** Данная статья посвящена исследованию лексических единиц в коммуникативной среде современного интернет-дискурса. Авторы рассматривают особенности технической лексики и ее употребление в интернет-общении комплексно анализируются языковые и функциональные параметры различных групп технической лексики. Авторы исследуют специфику использования технической лексики в повседневной коммуникации, характеризуют семантические, прагматические и структурные особенности исследуемых единиц, делают попытки спрогнозировать дальнейшее развитие лексического состава технической сленговой лексики. Обращается внимание на системный анализ единиц технической лексики (терминов, неологизмов, жаргонизмов) в коммуникативной среде интернета. Делаются выводы о способах образования новых слов в современной интернет-коммуникации, продуктивности исследуемых моделей лексической парадигмы. Обозначены перспективы изучения технической лексики как в дискурсивном, так и в коммуникативном аспектах.

**Ключевые слова:** интернет-дискурс, интернет-коммуникация, техническая лексика, компьютерный дискурс, коммуникативная практика.

**Финансирование:** инициативная работа.

Original article

CONTEMPORARY INTERNET DISCOURSE: ACTIVE LEXICAL PROCESSES

Olga E. Pavlovskaya, Olga V. Rybalchenko

Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilin

**Abstract.** This article examines lexical units in the communicative environment of modern online discourse. The authors examine the characteristics of technical vocabulary and its use in online communication. The linguistic and functional parameters of various groups of technical vocabulary are comprehensively analyzed. The authors explore the specifics of using technical vocabulary in everyday communication, characterize the semantic, pragmatic, and structural features of the units under study, and attempt to predict the further development of the lexical composition of technical slang. Emphasis is placed on a systematic analysis of technical vocabulary units (terms, neologisms, jargon) in the online communicative environment. Conclusions are drawn about the methods of forming new words in modern online communication and the productivity of the studied lexical paradigm models. Prospects for studying technical vocabulary in both discursive and communicative aspects are outlined.

**Key words:** Internet discourse, Internet communication, technical vocabulary, computer discourse, communicative practice.

**Funding:** Independent work.

**Введение.**

Исследование современными лингвистами дискурса интернета во многом направлено на анализ языковых особенностей виртуального общения, на лингвокогнитивные процессы и характеристику текстов, существующих в интернете. Большое внимание уделяется изучению и характеристике технической лексики в рамках данной дискурсивной парадигмы [1; 4]. Следует отметить, что в этой сфере активные пользователи отдают предпочтение видеоблогингу. Это неудивительно, так как массовому зрителю очень важно и видеть, и слышать технику, например, автомобиль.

Печатные виртуальные тексты также широко распространены в интернете и имеют огромную аудиторию. Представляется целесообразным рассмотреть особенности лексических единиц данной

тематики. Необходимо отметить сосуществование в текстах интернет-дискурса единиц технической лексики разной степени семантической окраски [2; 3].

Профессионализмы и техницизмы нередко появляются в одном абзаце (а иногда даже в предложении или фразе) с единицами разговорной просторечной лексики, жаргонизмами. Авторы печатных интернет-текстов неоднозначно относятся к такому явлению. Это выражается в обрамлении с помощью кавычек: некоторые используют их для придания специфической окраски единице, некоторые не считают это чем-то инородным и свободно используют данные единицы на одном уровне с профессиональной лексикой.

**Обсуждение.**

Жаргонизмы или просторечие служат в основном для придания эмотивно-оценочного значения

лексической единице, но в современном техническом интернет-дискурсе наблюдается нивелирование данного показателя у некоторых лексем. Например, «шаха» – ВАЗ 2106, «мерин» – мерседес. «козел», «козлик» – строительные леса. Последний пример ярко продемонстрирован в следующем блоге: «как-то я решил собрать себе строительный козлик... для возведения строительных лесов понадобится следующее».

Наблюдается тенденция замены устойчивой лексической единицы на ее более краткий и просторечный эквивалент:

1) автомобильный дискурс: Гелендваген – «Гелик», ВАЗ 2107 – «семерка», 21010 – «десятка», 2101 – «копейка», БМВ – «бумер», глушитель – «глушак», усилитель – «усилок», кондиционер – «кондер» и т. д.;

2) дискурс строительства и ремонта: шуруповерт – «шура», «шурик», циркулярная пила – «циркулярка», торцевая пила – «торцовка», «паркетка», фрезеровочный станок – «фрезер» и т. д.;

3) компьютерный дискурс: компьютер – «комп», клавиатура – «клава», зависать – «виснуть», загружаться – «грузиться», телефон – «тел» (частая единица в коммуникативной среде социальных сетей);

Объем рассматриваемой лексики настолько велик, что можно составить целую систему наименований. Наблюдается активное количественное и качественное развитие данной области, причиной которой является появление новых средств и форм виртуальной коммуникации.

#### Результаты.

Вопрос о неологизмах, сленговых и жаргонных единицах языка интернета затрагивает и техническую лексику. Следует уточнить, что истоками этого явления в научно-технической сфере становится не виртуальная среда. Можно сказать, что многие анализируемые единицы происходят из разговорной и просторечной сферы, обособленной от интернета. Однако виртуальный коммуникант вносит свой значительный вклад в развитие неологизации технической лексики как в семантическом аспекте, так и в количественном пополнении пласта употребляемых слов и выражений.

В данном направлении выделяется автомобильная тематика. Большинство из рассматриваемых единиц служат для описания наименования, типа, вида и устройства продуктов автомобилестроения. Большая часть единиц относится к названиям марок и моделей машин. Основной способ образования неологизмов – суффиксальный:

1) суффикс -ух(а)/юх(а): «аудюха» («Ауди»), «камрюха» («Камри»), «мицуха» («Митсубиси»), «петруха» («Ниссан Патрол») и др.;

2) суффикс -к(а): «паджерка» («Паджеро»), «элька» («L-class»), «эмка» («M-class»), «пежик», «пыжик» («Пежо») и др.;

3) суффикс -ша: «окташа» («Октавия»), «камрюша» («Камри»), «геша» («Гетц») и др.

Существуют в данном разделе окказионализмы, образованные при помощи контаминации части наименования автомобиля и слова русского языка: «кукурузер» («Лэнд Крузер»), «марковка» («Марк 2»), «субарыня», «зубару» («Субару») и др.

Некоторые приведенные выше единицы нельзя отнести к разряду неологизмов, так как они не имеют необходимых признаков. Эти слова являются частью жаргонного и сленгового стиля. Их использование в речи, их понимание было доступно для ограниченной группы людей, которые связывали свою деятельность с автомобилями. Появление приведенных лексем в интернет-дискурсе расширило количество людей, которые не только способны понять их значение, но и свободно использовать их в своей речи. Это привело к появлению окказионализмов как в текстах речевой коммуникации, так и в публицистическом дискурсе. Данные выражения используются даже в речи телевизионных программ, например, в телепередаче «Главная дорога» и «ТорГар»: «Посадил дед марковку: что до сих пор влюбляет в себя молодежь в стареньком “Mark 2”?» [63]; «Мы с Джереми решили преодолеть залив на двух БМВ – L-class и M-class. Для большинства автогонок «эмка» запомнилась не только своими мягкими формами и жгучим оскалом... L-class представляет собой сплав жесткости и комфорта. Производители снабдили «эльку» кожаным салоном, красивой аппаратурой, но ее подвеска не заставит вас уснуть даже на трассе. Все это было сделано в угоду максимальной проходимости».

Для подтверждения данной тенденции был проведен анализ частотности использования номинаций. Например, в 20 различных блогах автомобильной тематики с ключевым словом «Гелендваген» были обнаружены следующие единицы: 47 наименований «Гелендваген», 49 наименований «Гелик», 22 наименований «G-класс» («G-class»). 4 раза встречаются остальные наименования («кубик», «генацвале», «кирпич»).

Чаще всего, лексемы «Гелендваген» и «G-класс» встречаются в оглавлениях и гиперссылках текстов (в 15 из 20 текстов). Наименование «гелик» встречается во всех текстах. Просторечные наименования «кубик», «генацвале», «кирпич» 3 раза использовались в материалах видеоблогов и лишь 1 раз в текстовом блоге с кавычками.

Данное наблюдение позволяет определить частотность использования особых лексических единиц: они являются устоявшимися в интернет-дискурсе.

Стоит также сказать, что многие наименования, входящие в активный пласт лексики автомобильного дискурса, появились благодаря двум важным требованиям интернет-коммуникации – краткости и ясности. Это выразилось в заметном сокращении фонетической структуры языковых единиц: «лэнд крузер» – «крузак», «эволюшин» – «эва», «сабвуфер» – «саб». Однако, сложно назвать такие единицы устоявшимися. С точки зрения интернет-

коммуникации данное явление характерно для многих сфер виртуальной коммуникации.

В образовании неологизмов значимую роль играет поле концептуальных метафор. Целесообразно рассмотреть основные из них.

Из наиболее востребованных концептов выделяется модель «автомобиль – животное». Восприятие автомобиля как зверя не является новой тенденцией: маркетологи с давних времен актуализируют эту модель в рекламе, а интернет-тексты лишь укрепили данную интерпретацию. Сейчас автомобиль – это «зверь», «кабан», «головастик» или «ласточка», их экстерьер – это «оскал», «клыки», «морда», «жуки». А езда автомобиля часто описывается как «рычание», «дикий рев» и т. д.

Очень часто в текстах автомобильного интернет-дискурса встречается метафора по форме: УАЗ – «буханка», большой тяжелый автомобиль – «броневик», «гроб», большой автомобиль с угловатым кузовом – «кубик» и т. д.

Внутреннее устройство автомобиля в описании интернет-текстов имеет свои языковые особенности. Сложно характеризовать предложения, в которых разнородные лексические единицы так часто пересекаются друг с другом. Например, «...по коленчатому валу были заметные дефекты, однако, блок цилиндров без особых задиров, «натиров» и гидрокompенсаторы и клапаны в полном порядке. Можно сказать, что мотор не свежий, но и не сыпется». «Нужный съемник непременно окажется потерянным, хотя вы “точно знаете, что он вот тут лежал...”». Если вы, плюнув, купите новый, то пропаша моментально найдется. Скажем, стяжек для пружин у меня уже три комплекта...».

Такой особый тип повествования можно объяснить невозможностью заменить некоторые лексические единицы на более доступные обычному носителю языка, неспециалисту. Отсюда и следует такая пестрая лексическая структура многих текстов, посвященных устройству, «начинке» автомобиля.

Профессиональный язык строительства и ремонта очень схож с автомобильным, одна из причин – явное пересечение лексических полей: гайкорез, сварочный аппарат, болты и др. относятся к единицам и сфере строительства и к сфере ремонта и устройства автомобилей. Хотя рассматриваемая тема была не столько популярной в прошлые годы, по сравнению с автомобильной (но в последние годы все больше людей в интернете интересуется ремонтом), лексические изменения нашли отражение в интернет-коммуникации. Слова «плоскогубцы», «болгарка», «фортуна», «гайколом», «полутёрка», «правило», «шуруповерт», хоть и являются окказиональными единицами, но настолько крепко вошли в лексический состав, что многими, даже профессионалами воспринимаются как термины, хоть это и ошибочно: «плоскогубцы» – пассатижи, «болгарка» («фортуна») – УШМ, «гайколом» – гайкорез, «полутёрка» – полутёр, «правило» – направляющая шина, «шуруповерт» – электрическая дрель и т. д.

Рассматриваемые единицы можно встретить даже в текстах рекламных статей и на сайтах известных магазинов. Например: «Углошлифовальная машина (болгарка) Metabo W 650-125 удобна для обработки труднодоступных поверхностей» [60]. «Дрель-шуруповерт Makita DDF453SYX5 – надежный и простой в эксплуатации инструмент для сборочных работ. Благодаря небольшому весу и компактным размерам дрель легко использовать в местах с затрудненным доступом». Следует рассмотреть лексику «болгарка» («фортуна») с этимологической точки зрения.

Угловая шлифовальная машинка появилась в 1920-х годах в Германии, однако в СССР первые модели привозили из Болгарии, поэтому в разговорной среде данный аппарат начали называть «болгаркой». У этого инструмента есть и другое сленговое наименование – «фортуна». Причиной его возникновения стала форма первых инструментов, на дисках которого была нанесено изображение глаза – это и послужило появлению таких лексических единиц. Ранее у УШМ были и другие названия: «обезьянка» (из-за поверья, что работа с данным инструментом удлиняет руки), «турбинка» (звуковая соотнесенность с турбиной), однако в среде виртуального дискурса представленные единицы не нашли своего широкого отражения. Стоит отметить, что в английском и немецком языках существует своя окказиональная версия именования УШМ: «flexi», которое происходит от английского слова «flexible» (подвижный). Данное наименование стало настолько популярным, что компания «Ackermann + Schmitt», которая первая производила УШМ, в 1996 переименовалась в «FLEX-Elektrowerkzeuge GmbH». Данный факт демонстрирует огромное влияние общественного сознания и «народного языка» на многие сферы жизни.

Как и в автомобильном дискурсе, в сфере строительства и ремонта существует ряд способов образования профессионализмов:

1) суффикс -к(а): «торцовка» (торцевая пила), «паркетка» (стационарная пила), «циркулярка» (циркулярная пила), «полутёрка» (полутёр), «трамбовка» (пресс строительный) и др.;

2) контаминация слов: «плоскогубцы» (пассатижи), «гайколом», «гайкоруб» (гайкорез), «шуруповерт» (аккумуляторная дрель) и др.;

3) изменения семантики лексических единиц: «болгарка», «фортуна» (УШМ), «чашка» (коронка), «бензопила» (часто именуют и электропилу), «газонокосилка» – (иногда такое название дают триммеру) и др.

Заметно, что две сферы практически идентично развивают окказиональный состав. Причиной этому может быть стремление к простоте названия, так как профессионалу необходимо быстро и четко ориентироваться в используемых им выражениях (плюс ложное представление предметов со стороны непрофессионала).

Самой плодотворной сферой развития неологизмов, окказионализмов и сленговых единиц в современном мире является компьютерный дискурс.

Проведенное исследование лексических единиц позволило выяснить основные причины происхождения неологизмов. Как и многие единицы русскоязычного компьютерного дискурса, многие неологизмы имеют англоязычную природу: аффиксальный, сложение, конверсия, создание акронима, усечение, сокращение, слияние, семантическая «переноминация». Одним из популярных способов можно назвать префиксацию: префиксоиды «микро», «нано» и др., пришедшие в русский язык из английского, стали средством для создания новых неологизмов: «нанотехнологии», «наноинструмент», «нанолазер», «наноробот», «микроавтобус», «микрочип», «микрокомпьютер», «микропроцессор».

Данные элементы стали общеизвестными и частотными в интернет-коммуникации и послужили основой для появления сленговых единиц: «микропечь», «микроволновка», «микролитражка», «наносеть», «наноботы» и др. Во множестве текстов, написанных на тему компьютерных технологий используются данные единицы для придания речи характера научного стиля.

Некоторые неологизмы компьютерного дискурса стали настолько популярными, что лишились какой-либо стилистически-эмотивной окраски и многими воспринимаются как единицы терминологической системы: «сисадмин», «гипервизор», «старт-ап» и др.

Одним из способов образования неологизмов является семантизация существующего слова. Основная часть таких производных единиц входит в компьютерный жаргон: «клава» (клавиатура), «железо» (комплектующие части ПК), «залить» (загрузить), «матка» (материнская плата). Данные слова часто встречаются в различных текстах социальных медиа и СМИ интернета.

Следует отметить, что в современном мире происхождение новых единиц технической лексики связано именно с компьютерной сферой. Данный процесс имеет такой непредсказуемый и стремительный характер, что исследователи не успевают описывать новые выражения. Однако лексика автомобильного и строительного дискурса не столь заметно приобретает новые лексические единицы. Данные сферы сохраняют свою популярность в небольшой (по сравнению с компьютерным дискурсом) сфере коммуникации.

Было также выявлено, что основными способами неологизации в технической лексике является аффиксация и образование семантических неологизмов.

Развитие лексической системы с помощью интернет-дискурса является заметным явлением в русском языке 21 века. Новыми словами могут быть не только иноязычные заимствования, но и производные лексемы русского языка. Процесс уточнения общего приводит в лексике к возникновению гипонима.

Такие явления становятся причиной появления неологизмов и также находят свое отражение в технической лексике интернет-дискурса.

В автомобильном дискурсе существует целая система гиперонимов, служащих для определения типа автомобиля:

1) по признаку национальной принадлежности марки: «японец» («мазда», «хонда», «тойота», «ниссан», «лексус»), «немец» («бмв», «мерседес», «фольксваген»), «американец» («форд», «шевроле», «хаммер») и т. д.;

Такие единицы получили массовую популярность и часто встречаются не только в текстах статей, сообщений и реклам, но даже в их заголовках: «Последние настоящие японцы». Все машины японской сборки, которые ещё продаются в России; «Новый немец с богатым функционалом скоро появится в России - Volkswagen Golf GTI»; «Культовые американцы, цена которых просто зашкаливает!»;

2) по марке автомобиля: «пятерка», «скайлайн», «GT», «поло», «х-8», «камри» («камрюха»), «ауди» («аудиоха»), «жигуль» и т. д.;

Например: «Мой любимый автомобиль – Терраник» («Nissan Terrano»), «я купил аудиоху 100 в 2004 году... и до сих пор не встретил ни одного достойного аппарата».

3) по типу устройства автомобиля: «АКПП», «МКПП», «автомат», «механика», «полный привод», «4x4», «хетчбек» («хетч»), «седан», «спорткар» и т. д.:

«Механика или автомат: какая коробка передач лучше подойдет для кроссовера». «Лицо, скорее всего, нарисуют аналогичное, а сзади хетч будет отличаться от четырехдверной модели, в том числе, и дизайном фонарей».

4) по условиям и функциям эксплуатации: «старушка», «с салона», «такси», «таксишка», «грузовик» и т. д.

«Постоянно у отеля стоит хотя бы одна таксишка, несколько попадется во дворе»; «GT 40 обладает 7-литровым двигателем... даже сейчас эта старушка способна утереть нос современным премиальным авто».

Актуальные процессы в лексике технической специальности затронули и научную среду: лексема «телескоп» является гиперонимом к словам «рефрактор» (линзовый телескоп), «лефректор» (зеркальный телескоп). Обычный человек не различит данные приборы и даст любому из них наименование «телескоп». Часто в компьютерном дискурсе игнорируют эти термины и просто обозначаются их отличия: «Плюсы линзовых телескопов: крайне неприхотливы и не требуют практически никакого ухода. Хорошо подходят для наблюдения Луны, планет и других объектов Солнечной системы».

Огромный пласт лексики компьютерного дискурса коммуникативной среды интернета обладает выраженными гиперо-гипонимическими связями: гипероним «компьютер» – гипонимы «ноутбук», «моноблок», «монитор», «нетбук», «системный

блок» и т. д.; гипероним «телефон» – гипонимы «смартфон», «мобильник», «КПК» и т. д.; «приставка» стала гиперонимом для различных игровых платформ: «Xbox», «PlayStation», «Nintendo», «SEGA». Например: «Современную жизнь трудно представить без смартфона... Если у человека отобрать телефон, он почувствует себя беспомощным». Такие связи присутствуют и в семантическом поле устройства интернета: понятие «роутер» часто используют для наименования нескольких единиц: «модем», «ТВ-приставка», «маршрутизатор». Например: «цена на новый маршрутизатор Tp-Link Archer упала до 2.5 тысяч рублей, однако он... все еще остается в сегменте дорогих роутеров».

Очень много похожих примеров касается лексических единиц строительной темы: непрофессионалу практически невозможно найти разницу между «шурупом» и «болтом». Причем, шуруп также является гиперонимом для многих лексических единиц: «саморез», «глухарь», «контовик» и т. д. Болт также имеет свои гипонимы: «лемеш», «рым», «анкер», «винт» и т. д. Лексема «сверло» выступает в качестве гиперонима для слов: «торекс» («тх»), «балеринка», «форстнер», «фреза», «бур», «ПШ», «ПЗ» и т. д. В данном список можно отнести гипоним «коронка», которая также является видом сверл, однако многие ввиду отличительных формальных признаков представляют «коронку» обособленно от «сверла»: «в комплект для установки дверей должны входить первые сверла и коронки».

В данном случае, можно наблюдать исчезновение признаков гипонима в бытовой речи.

В стоматологическом дискурсе также присутствуют единицы технической лексики, которые образуют гиперо-гипономические связи, но которые нередко не различаются непрофессионалом человеком: «коронка» является гиперонимом к «фиксу», «виниру», «имплант» («имплантант»), «протез».

Лексика электронного оборудования содержит немало лексических единиц, которые в «народном» языке вступают в гиперо-гипономическую связь: «провод» является гипонимом к «кабелю», «гофре», «жиле», «катоду», «пряжке», «проводнику» и т. д.

#### Заключение.

Существует множество технических специальностей, которые изобилуют терминами и выражениями, образующими гиперономические связи. Данная лексическая система сложна для понимания непрофессионала, что приводит к еще большему делению гипонимов, которые уже становятся частью общественного, «псевдонаучного» языка. Такое явление нашло яркое отражение в коммуникативной среде интернета. Наличие подобных реалий разговорного стиля стало уместно в жанрах различной межличностной переписке («социальные сети», «форумы», «электронная почта», пост»).

Далее происходит внедрение таких понятий в жанры, язык которых предполагает использование профессиональных наименований, однако стремление к популярности со стороны авторов текстов привело к упрощению лексического наполнения для массового пользователя. Это наблюдается и в рекламных жанрах интернета, таких как «веб-рассылка», «баннер», «спам».

Таким образом, можно отметить, что многие участники интернет-дискурса понимают и значение приведенных лексических единиц, и их родовидовые отношения, однако они ограничиваются использованием не совсем корректных единиц по различным причинам: для упрощения высказывания, для более понятного выражения смысла, для избегания семантических ошибок, для украшения речи.

#### Конфликт интересов

Не указан.

#### Рецензия

Все статьи проходят рецензирование в формате double-blind peer review (рецензенту неизвестны имя и должность автора, автору неизвестны имя и должность рецензента). Рецензия может быть предоставлена заинтересованным лицам по запросу.

#### Conflict of Interest

None declared.

#### Review

All articles are reviewed in the double-blind peer review format (the reviewer does not know the name and position of the author, the author does not know the name and position of the reviewer). The review can be provided to interested persons upon request.

#### Список источников:

1. Baldanova M. V. *metaphorization as a way of developing semantic neologisms in the language of the Internet* // *Bulletin of the Buryat State University. Language. Literatures. Culture*. - 2016. - No. 1. - pp. 8-13. EDN: XDBPLB
2. Zelenovskaya A. V. *The concept of "computer discourse", "Internet discourse", "virtual discourse" / language and culture* (Novosibirsk). - 2014. - No. 12. - pp. 17-21. EDN: SELHDV
3. *Internet communication as a new speech formation: A collective monograph* / T. N. Kolokoltseva, E. I. Goroshko, E. N. Galichkina [et al.], Moscow: 2018, 328 p., pp. 124-139. ISBN: 978-5-02-037722-6 EDN: UABDGN
4. Kondrasheva, E. V. *new vocabulary of the Internet language: methods of education, the reasons for their appearance* / E. V. Kondrasheva, A. O. Tinina // *Epoch of Science*. - 2019. - No. 18. - pp. 134-139. DOI: 10.24411/2409-3203-2018-11830 EDN: HBPJAV

#### References:

1. Baldanova M. V. *metaphorization as a way of developing semantic neologisms in the language of the Internet* // *Bulletin of the Buryat State University. Language. Literatures. Culture*. - 2016. - No. 1. - pp. 8-13. EDN: XDBPLB
2. Zelenovskaya A. V. *The concept of "computer discourse", "Internet discourse", "virtual discourse" / language and culture* (Novosibirsk). - 2014. - No. 12. - pp. 17-21. EDN: SELHDV
3. *Internet communication as a new speech formation: A collective monograph* / T. N. Kolokoltseva, E. I. Goroshko, E. N. Galichkina [et al.], Moscow: 2018, 328 p., pp. 124-139. ISBN: 978-5-02-037722-6 EDN: UABDGN

---

4. Kondrasheva, E. V. *new vocabulary of the Internet language: methods of education, the reasons for their appearance* / E. V. Kondrasheva, A. O. Tinina // *Epoch of Science*. - 2019. - No. 18. - pp. 134-139. DOI: 10.24411/2409-3203-2018-11830 EDN: HBPJAV

**Информация об авторах:**

**Павловская Ольга Евгеньевна**, доктор филологических наук, завкафедрой русского языка и речевой коммуникации, Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина, Россия, г. Краснодар, oera@mail.

**Рыбальченко Ольга Владимировна**, кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и речевой коммуникации, Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина, Россия, г. Краснодар, [rybalchenko Olga@mail.ru](mailto:rybalchenko Olga@mail.ru)

**Olga E. Pavlovskaya**, Doctor of Philology, Head of the Department of Russian Language and Speech Communication, I.T. Trubilin Kuban State Agrarian University, Krasnodar, Russia.

**Olga V. Rybalchenko**, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Russian Language and Speech Communication, I.T. Trubilin Kuban State Agrarian University, Krasnodar, Russia.

**Вклад авторов:**

все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

**Contribution of the authors:**

All authors contributed equally to this article.

Статья поступила в редакцию / The article was submitted 02.11.2025;

Одобрена после рецензирования / Approved after reviewing 19.12.2025;

Принята к публикации / Accepted for publication 20.12.2025.

Авторами окончательный вариант рукописи одобрен.