

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>

World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

2019, №4, Том 10 / 2019, No 4, Vol 10 <https://sfk-mn.ru/issue-4-2019.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/19FLSK419.pdf>

**Ссылка для цитирования этой статьи:**

Семаева О.В. Лингвистические процессы и современные социальные тенденции // Мир науки. Социология, филология, культурология, 2019 №4, <https://sfk-mn.ru/PDF/19FLSK419.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

**For citation:**

Semaeva O.V. (2019). Linguistic processes and modern social trends. *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*, [online] 4(10). Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/19FLSK419.pdf> (in Russian)

УДК 81"25

ГРНТИ 16.41.21

**Семаева Ольга Владимировна**

ФГБОУ ВО «Московский государственный университет технологий и управления  
им. К.Г. Разумовского (Первый казачий университет)», Москва, Россия

Доцент кафедры «Иностранных языков»

Кандидат педагогических наук, доцент

E-mail: [semaewa.olga@yandex.ru](mailto:semaewa.olga@yandex.ru)

## Лингвистические процессы и современные социальные тенденции

**Аннотация.** В статье рассматривается проблема влияния социальных тенденций на лингвистические процессы. Как известно, в связи с глобализационными процессами усиливается роль английского языка как международного. В статье делается попытка проанализировать, каким образом данный факт может повлиять на развитие русского языка. Проводится анализ контента западных ведущих интернет-изданий, публикуемых на русскоязычных интернет-сайтах с целью определения роли английского языка в русской языковой системе и степени влияния западной культуры на жизнь российского общества. Особое внимание уделяется изучению способов передачи собственных имен при переводе материалов популярных западных интернет-изданий с английского языка на русский. Следует отметить, что целевой аудиторией рассматриваемых интернет изданий являются в основном люди в возрасте от двадцати до сорока лет, считающие себя активными интернет-пользователями, интересующиеся модными тенденциями, жизнью знаменитостей, автомобилями, современными видео-играми, фильмами, владеющие английским языком на уровне, позволяющем им читать английский текст с разной степенью понимания прочитанного. Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что метод прямого переноса является одним из ведущих способов передачи имен собственных при переводе интернет-контента. Данная тенденция свидетельствует об усилении роли английского языка и, следовательно, усилении влияния современной западной культуры на жизнь определенной части российского общества.

**Ключевые слова:** западная культура; социокультурная компетенция; онимы; транскрипция; транслитерация; калькирование; приближенный перевод; метод прямого переноса

Сегодня никто не спорит с тем, что благодаря современным средствам коммуникации общение между жителями разных стран становится все теснее. Исследователи подчеркивают, что интернет и цифровизация оказывают значительное влияние на всё культурное пространство современного общества [1], причем процессы сближения народов не останавливает тот факт, что все они представляют разные языковые коллективы и разные культуры. Социологи изучают факторы, позволяющие представителям разных культур находить точки соприкосновения, не менее интересно эти процессы изучать и с позиций социолингвистики, науки, находящейся на стыке лингвистики и социологии. Например, нами уже были проанализированы англицизмы-неологизмы, появляющиеся в русском языке [2], а также субстантивные атрибутивные сочетания, типа ДТП помощь, Горбачев фонд, мангал меню, Горки Город, появившиеся в русском языке под влиянием английского [3].

Существующие лингвистические процессы позволяют судить об усилении влияния английского языка и, как следствие, западной культуры на жизнь россиян. С этой целью нами были изучены современные способы передачи имен собственных при переводе материалов интернет-изданий с английского языка на русский. Следует заметить, что интернет-издания публикуют наиболее популярный контент, связанный с новинками в самых разных областях человеческой деятельности. Специалисты отмечают, что в настоящий период мировое научное сообщество приходит к единому консенсусу – центральные проблемы человечества будут разрешаться именно в срезе культуры, а не экономики и политики, как считалось ранее [4], в связи с чем для анализа были выбраны интернет-издания, публикующие материалы о различных аспектах культурной жизни общества. Характер проводимого исследования требовал определения, какая именно часть российского общества является потребителем данной медиапродукции, ведь по словам Эко У., «Глобальная культура лишена строго определенного смыслового ядра, она аморфна и бесструктурна» [5].

По оценкам экспертов, «основная часть пользователей Интернета (более 60 %) – это молодые люди в возрасте от 18 до 34 лет. Возрастные группы от 35 до 44 лет и от 45 до 54 лет составляют не более 1/5 от общего количества пользователей... У интернет-пользователей более высокий, чем у потребителей традиционной медиапродукции (газет, радио- и телепрограмм), уровень образования. Почти у половины из них имеются дипломы (о высшем – у 41 %, о среднем специальном образовании – у 16 % от общего числа опрошенных). Уровень их доходов также выше среднего по стране, большинство имеет личный автомобиль и пользуется услугами мобильной связи» [6].

Данную часть российского общества можно обозначить как представителей гик-культуры и глэм-культуры. К первой, по определению Брушковой Л.А. и Владимирова Л.А., «относят и любителей анимационных фильмов и видеоигр, и людей, разбирающихся в цифровых технологиях, и поклонников комиксов, и тех, кто занимается моделированием и коллекционированием» [1], ко второй относятся «клаберы, мажоры, «золотая молодежь», городские спортивные субкультуры, хипстеры, ванильки, гламурки/глэмки» [7].

При переводе интернет-материалов, также, как и любых других, переводчик сталкивается с проблемой передачи имен собственных. Передача собственных имен в процессе перевода с английского языка на русский является проблемой непростой, но интересной. Имя собственное определяется как слово, словосочетание или предложение, которое служит для выделения именуемого им объекта из ряда подобных, индивидуализируя и идентифицируя данный объект (Лингвистический Энциклопедический словарь. Главный редактор В.Н. Ярцева. Москва, «Советская энциклопедия», 1990).

С одной стороны, переводчик должен стремиться к сохранению фонетической формы имени, однако зачастую сохранение звуковой формы не позволяет передать его содержание. Таким образом, он сталкивается с дилеммой, какую функцию имени собственного сохранить

при переводе – выделения именуемого им объекта из ряда подобных или сообщения его значения.

Известно, что именованья людей (антропонимы) и географические названия (топонимы) не являются первичными лексическими единицами по своему происхождению, так как они образованы на базе нарицательных слов [8], то есть для носителя языка они могут содержать в себе несколько смыслов, задача переводчика – постараться передать все эти значения наиболее точно, насколько это возможно, от этого будет зависеть, возникнут ли у читателя перевода все ассоциации, подразумеваемые автором оригинала. В связи с этим при выборе варианта перевода переводчику необходимо выяснить происхождение и значение этого имени. Вариантов перевода может быть несколько.

Исследователи выделяют следующие способы передачи имен собственных с русского языка на английский:

1. Транскрипция.
2. Транслитерация.
3. Калькирование.
4. Приближенный перевод [9].

Однако анализ переводов интернет-публикаций с английского языка на русский показывает, что сегодня к этому списку можно добавить метод прямого переноса имен собственных из текста оригинала в текст перевода, то есть они переносятся из текста оригинала в текст перевода в графике подлинника без каких-либо преобразований. Особенно это относится к интернет-изданиям, аудиторией которых являются заинтересованные читатели практически всех стран мира, например, «People», «Vanity Fair», «Glamour», «Harper's Bazaar», «Octane», «Top Gear», «Cr Driver», «Road Track», «Все о кино. Total DVD».

«People» – американский журнал, публикующий истории о знаменитостях, издаётся Time Inc. Первый номер этого журнала был опубликован 4 марта 1974 года. «People» ежегодно составляет списки знаменитостей, такие как «самые красивые люди», «лучше и хуже всего одевающиеся» и «самый сексуальный мужчина».

«Harper's Bazaar» – журнал о мировых модных тенденциях.

«Все о кино. Total DVD» – журнал о новинках мировой киноиндустрии, публикуемый российской медиакомпанией «Gameland».

«Top Gear» – сайт британской телепередачи, посвящённой автомобилям. Первые выпуски передачи вышли в 1977 году.

«Афиша. Daily» – российский журнал о городских событиях и сфере развлечений, выходивший с 1999 по 2015 годы. Существовал параллельно с сервисом afisha.ru – сайтом с расписанием и анонсами событий в Москве, Санкт-Петербурге и других крупных городах России. Журнал выходил с апреля 1999 года по декабрь 2015 года (Википедия).

Можно сделать вывод о том, что целевой аудиторией этих журналов являются как представители глэм-культуры («глэм-культура стремится к максимальной эстетизации действительности, частной аспектацией чего становится диагностируемый антропологическими методами нарциссизм ее носителей, поскольку «прекрасное» требует репрезентации и внешней оценки»[6]), так и гик-культуры («гик (от англ. geek) – это предельно увлеченный своим хобби человек, прекрасно разбирающийся во всех аспектах предмета своих увлечений и сам креативно участвующий в формировании субкультуры, связанной с предметом его увлечений») [10].

Анализ материалов, публикуемых изданием «People», показывает, что очень часто при переводе методом прямого переноса здесь передаются названия современных гаджетов:

«И вот, недавно Джорджия Луиза сделала это – выпустила аппарат GloPulse в виде наушников с двумя «заряженными» дисками» (июнь 2018);

названия музыкальных групп, псевдонимы музыкантов:

«Сегодня ночью в Нью-Йорке состоялось прослушивание нового альбома рэпера Nas, который продюсировал Канье Уэст. Это уже третья подобная вечеринка: первым Уэст представил свой альбом Ye, а затем – группы Kids See Ghosts, в которой он состоит вместе с Pusha T.»;

названия ночных клубов:

«13 июля в рамках Чемпионата мира по футболу 2018 Nas приедет в Москву и выступит в клубе Gipsy на «Красном октябре». И мы надеемся, что он исполнит что-нибудь из новой программы» (июнь 2018);

названия периодических изданий:

«Ведущий программы «На ножках. Отели» Дмитрий Макаров рассказал Glamour, как сделать отдых в каждом отеле максимально комфортным»;

названия отелей, программ:

«Одна из самых известных программ лояльности у сети отелей Marriott.

Также участие в программе Marriott Rewards предоставляет скидки при покупке авиабилетов и бронировании рейсов.

В сети отелей W Hotels вам предоставят целое меню подушек разной формы, жесткости и назначения» (январь 2019).

В публикациях журнала «Все о кино. Total DVD» в графике текста оригинала остаются названия компаний:

«Перезагрузка игровой вселенной Лары Крофт, запущенная издателем Square Enix»...;

«Компания MGM заявила о приобретении прав...», названия компьютерных игр:

«В игровой «Расхитительнице» заметно влияние игр серий Uncharted, Batman: Arkham и Resident Evil...» (май 2013).

Анализ перевода интернет-издания «Harper's Bazaar» показывает, что здесь методом прямого переноса передаются названия бутиков, коллекций одежды, путеводителей:

«Вчера в московском бутике Alexander Terekhov в «Метрополе» состоялась презентация капсульной коллекции спортивной одежды Alexander Terekhov Fair Play, которую дизайнер разработал специально к чемпионату мира по футболу. Также в рамках вечера прошел запуск долгожданного Esquire Guide – Сергей Минаев представил удобный путеводитель по 11 городам России, в которых будут проходить матчи» (июнь 2018);

названия телеканалов:

«Кинокритики американского издания Time решили подвести итоги полугодия и составили рейтинг лучших сериалов, вышедших за шесть месяцев 2018 года.

А также талант-шоу телеканала ABC American Idol с Кэти Перри составе жюри» (июнь 2018).

При переводе контента сайта «Top Gear» методом прямого переноса передаются названия автомобилей:

«Побит рекорд Bugatti Veyron Super Sport, установленный в 2010 году»;

«Спустя несколько дней после дебюта Hennessey Venom F5, который, по словам его создателя, способен разогнаться чуть ли не до 500 км/ч, компания владельцев суперкаров Koenigsegg решили не терять времени зря и организовали мероприятие, целью которого было

попытаться установить новый рекорд скорости для серийного автомобиля. И это им удалось. Новый Koenigsegg Agera RS по результатам двух заездов развил максимальную скорость 447.2 км/ч, побив рекорд 2010 года в 431.1 км/ч, установленный Bugatti Veyron 16.4 Super Sport»;

«За руль 1360 сильного суперкара Agera RS посадили заводского водителя-испытателя Николаса Лилья. В видео видно, что в первом заезде удалось развить скорость в 458 км/ч, что было зафиксировано двумя регистраторами Race Logic Vbox» (июнь 2019);

названия компаний, команд гонщиков, авторалли:

«Более того, за 12 лет партнерства на глобальном уровне Hyundai и Shell реализовали многочисленные масштабные проекты, в том числе в области автоспорта. В 2014 команда Hyundai Shell World Rally Team добилась впечатляющих результатов в Чемпионате мира по ралли FIA»;

названия продуктов для автомобилей:

«Кроме того, на церемонии представили новое синтетическое моторное масло Shell Helix Ultra ECT AH 5W-30, разработанное специально для бензиновых и дизельных движков Hyundai» (июнь 2019);

«Первым признаком возникновения неисправности, связанной с генератором на Daewoo Lanos, является постоянное или периодическое горение индикатора разряда батареи».

В материалах, размещенных в интернет версии журнала «Афиша. Daily», методом прямого переноса передаются названия сайтов:

«Ночной слот детского канала Cartoon Network в какой-то момент заняла секция Adult Swim, позже превратившаяся в целую индустрию детско-взрослых развлечений...»;

названия статей:

«Adventure Time», «Young Adult»;

названия видеоигр:

«...будущий генеральный продюсер игры World of Tanks...» (ноябрь 2019).

Проведенный анализ позволяет сделать общий вывод о том, что случаи прямого переноса собственных имен из текста оригинала в текст перевода не являются единичными. Данный метод достаточно широко используется в специализированных интернет-изданиях, целевой аудиторией которых являются представители гик-культуры и глэм-культуры. Данная тенденция свидетельствует об увеличении интереса этой части российского общества к жизни западных стран.

С точки зрения анализа переводческих решений, применение данного способа перевода позволяет решить проблему выбора между передачей формы и содержания имени в процессе перевода. Подразумевается, что воспринимающая аудитория обладает достаточным социокультурным кругозором, чтобы самостоятельно интерпретировать значение этих лексических единиц. С точки зрения стилистической функции, имена собственные, перенесенные в русский текст в графике подлинника, выполняют роль модных слов, поскольку позволяют реципиенту почувствовать себя частью большого западного мира, откуда приходят все новинки, что рождает у него положительные эмоции и желание снова и снова возвращаться к публикациям, размещенным в этих источниках.

С точки зрения социологии, данное явление ясно показывает повышение интереса значительной части российской молодежи, проживающей в городе, к жизни западных стран и, как следствие, усиление влияния западной культуры на развитие различных социальных процессов, происходящих в нашей стране. Кроме того, данное исследование является еще одним подтверждением укрепления международного статуса английского языка.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Брушкова Л.А., Владимиров И.А. Гик-культура как молодежная суперсубкультура цифрового общества // Мир науки. Социология, филология, культурология, 2019 №2, <https://sfk-mn.ru/PDF/22SCSK219.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус. англ.
2. Семаева О.В. Англицизмы-неологизмы в русском языке / О.В. Семаева // Проблемы теории и практики перевода: материалы преподавательской научно-практической конференции [Электронный ресурс] / под ред. И.В. Матюшиной. – Брянск: БГТУ, 2017. – С. 74–79, [https://docviewer.yandex.ru/view/823413177/?page=1&\\*=hK7O43akoEsBG7PhLYY8pgSdKtI7InVybCI6InlhLWJyb3dzZXI6Ly80RFQxdVhFUFJySIJYbFVGb2V3cnVH RGc1eWtLczBhMVJYWVRBNINrR2xhVnnpnWTcxaFpsenNDcnVwZHhqNVVnOW5IYVU0TmJudDFTWU1nMDI0bGpyZ3hZMDNiWDE3WnF2cVFkc3ZtUHNNUUFFRdG45dml0eEZqcGU4X2tNaFk1cTRldGVYm3B4dFZkLUNFRF8zM0wwM3c9PT9zaWduPUpbWYwQkVQdTZScTZpQW1DZTNtMXJGLWhsYVQ0bWY5emFQQ3ZxMmNZOE09IiwidG10bGUiOiJBbmdTYm9ybmlrLmRvYyIsIm5vaWZyYW1lIjpmYWxzZSwidWlkjoiODIzNDEzMTE3IiwidHMiOiE1NzMDMDcyNTMxNjEsInl1IjoieMTk2MjY3MDc4MTM5MzczNTQ2OCJ9](https://docviewer.yandex.ru/view/823413177/?page=1&*=hK7O43akoEsBG7PhLYY8pgSdKtI7InVybCI6InlhLWJyb3dzZXI6Ly80RFQxdVhFUFJySIJYbFVGb2V3cnVH RGc1eWtLczBhMVJYWVRBNINrR2xhVnnpnWTcxaFpsenNDcnVwZHhqNVVnOW5IYVU0TmJudDFTWU1nMDI0bGpyZ3hZMDNiWDE3WnF2cVFkc3ZtUHNNUUFFRdG45dml0eEZqcGU4X2tNaFk1cTRldGVYm3B4dFZkLUNFRF8zM0wwM3c9PT9zaWduPUpbWYwQkVQdTZScTZpQW1DZTNtMXJGLWhsYVQ0bWY5emFQQ3ZxMmNZOE09IiwidG10bGUiOiJBbmdTYm9ybmlrLmRvYyIsIm5vaWZyYW1lIjpmYWxzZSwidWlkjoiODIzNDEzMTE3IiwidHMiOiE1NzMDMDcyNTMxNjEsInl1IjoieMTk2MjY3MDc4MTM5MzczNTQ2OCJ9) (доступ свободный). Загл. с экрана. яз. рус., англ.
3. Києва О.В. Особенности перевода английских субстантивных атрибутивных сочетаний, содержащихся в газетно-журнальных заголовках / О.В. Києва // Актуальные проблемы социально-гуманитарных исследований в экономике и управлении: материалы II всероссийской научно-практической конференции факультета экономики и управления БГТУ [Электронный ресурс] – Брянск: БГТУ, 2015. – С. 338–343. <https://diplomconsult.ru/preview/6009944/page:34/> (доступ свободный). Загл. с экрана. яз. рус., англ.
4. Иванова А.Я. Распространение китайского языка и культуры в России – как результат глобализации // Мир науки. Социология, филология, культурология, 2019 №1, <https://sfk-mn.ru/PDF/16FLSK119.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. яз. рус., англ.
5. Эко У. Вечный фашизм // Пять эссе на темы этики. СПб: Симпозиум, 2007. 158 с.
6. Лукина М.М., Фомичева И.Д. СМИ в пространстве Интернета: Учебное пособие. Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова. – М.: 2005. – 87 с.
7. Андреев Е.А., Тузовский И.Д. Гик-, глэм- и нуль-культуры, как суперсубкультуры цифровой эпохи // Вестник АГУ, 2017 №4, КиберЛенинка: <https://cyberleninka.ru/article/n/gik-glem-i-nul-kultury-kak-supersubkultury-tsifrovooy-epohi> (доступ свободный). Загл. с экрана. яз. рус., англ.
8. Суперанская А.В. Языковой знак и имя собственное // Проблема языкознания. Доклады сообщения советских ученых на X Международном конгрессе лингвистов. М., 1967. С. 153–154.
9. Алексеева И.С. Введение в перевод введение: Учеб. пособие для студ. филол. и лингв. фак. высш. учеб. заведений. – СПб.: Филологический факультет СПбГУ; М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 352 с.
10. Андреев Е.А. Формирование и уровень развития гик-культуры настольных игр в России // Вестник культуры и искусств, 2017 №2 (59): 115–121.

Semaeva Ol'ga Vladimirovna

K.G. Razumovsky Moscow state university of technologies and management (the first Cossack university), Moscow, Russia  
E-mail: [semaewa.olga@yandex.ru](mailto:semaewa.olga@yandex.ru)

## Linguistic processes and modern social trends

**Abstract.** The article is devoted to the issue of the influence of social trends on linguistic processes. It analyses the content of leading Western online editions published on Russian-language Internet sites in order to determine the role of English in the Russian language system and the degree of influence of Western culture on the life of Russian society. It is common knowledge, due to globalization processes, the role of English as an international language is increasing. The article attempts to analyze how this fact can affect the development of the Russian language. Special attention is paid to the study of ways of transferring proper names when translating materials of popular Western online editions from English into Russian. It should be noted that the target audience of the online editions in consideration are persons at the age from twenty to forty, who are active Internet users. They are interested in fashion trends, life of celebrities, cars, modern videogames, films, and speak English at a level allowing them to read English texts with varying degrees of reading comprehension. The analysis allows us to conclude that the method of direct transfer is one of the leading ways to transfer proper names in the translation of Internet content. This trend indicates the strengthening of the role of the English language and, consequently, the influence of modern Western culture on the life of a certain part of Russian society.

**Keywords:** western culture; socio-cultural competence; proper names; transcription; transliteration; tracing; approximate translation; direct transfer method

## REFERENCES

1. Brushkova L.A., Vladimirov I.A. (2019). Geek-culture as youth super-subculture of digital society. *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*, [online] 2(10). Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/22SCSK219.pdf> (in Russian).
2. Semaeva O.V. (2017). Anglitsizmy-neologizmy v russkom yazyke. Problemy teorii i praktiki perevoda: materialy prepodavatel'skoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. Ed. by I.V. Matyushina. [*English neologisms in Russian. Problems of the theory and practice of translation: materials of a teaching scientific-practical conference.*] Bryansk: Bryansk State Technical University, pp. 74–79 [online]. Available at: [https://docviewer.yandex.ru/view/823413177/?page=1&\\*=hK7O43akoEsBG7PhLYY8pgSdkT17InVybcI6InlhLWJyb3dzZXI6Ly80RFQxdVhFUFJySIJYbFVGb2V3cnVHRGc1eWtLczBhMVJYWVRBNINrR2xhVnnpnWTcxaFpsenNDcnVwZHhqNVVnOW5lYVU0TmJudDFTWU1nMDI0bGpyZ3hZMDNiWDE3WnF2cVFkc3ZtUHNuUFFRdG45dml0eEZqcGU4X2tNaFk1cTRldGVYm3B4dFZkLUNFRF8zM0wwM3c9PT9zaWduPUpnbWYwQkVQdTzScTZpQW1DZTNtMXJGLWhsYVQ0bWY5emFQQ3ZxMmNZOE09IiwidG10bGUiOiJBbmdTYm9ybmlrLmRvYyIsIm5vaWZyZWY1IjpmYWxzZSwidWlkIjoiodiZnDEzMTC3IiwidHMiojE1NzM0MDcyNTMxNjEsInl1IjoiMTk2MjY3MDc4MTM5MzczNTQ2OCJ9](https://docviewer.yandex.ru/view/823413177/?page=1&*=hK7O43akoEsBG7PhLYY8pgSdkT17InVybcI6InlhLWJyb3dzZXI6Ly80RFQxdVhFUFJySIJYbFVGb2V3cnVHRGc1eWtLczBhMVJYWVRBNINrR2xhVnnpnWTcxaFpsenNDcnVwZHhqNVVnOW5lYVU0TmJudDFTWU1nMDI0bGpyZ3hZMDNiWDE3WnF2cVFkc3ZtUHNuUFFRdG45dml0eEZqcGU4X2tNaFk1cTRldGVYm3B4dFZkLUNFRF8zM0wwM3c9PT9zaWduPUpnbWYwQkVQdTzScTZpQW1DZTNtMXJGLWhsYVQ0bWY5emFQQ3ZxMmNZOE09IiwidG10bGUiOiJBbmdTYm9ybmlrLmRvYyIsIm5vaWZyZWY1IjpmYWxzZSwidWlkIjoiodiZnDEzMTC3IiwidHMiojE1NzM0MDcyNTMxNjEsInl1IjoiMTk2MjY3MDc4MTM5MzczNTQ2OCJ9).
3. Kieva O.V. (2015). Osobennosti perevoda angliyskikh substantivnykh atributivnykh sochetaniy, sodержashchikhsya v gazetno-zhurnal'nykh zagolovkakh. [*Features of the translation of English substantive attributive combinations contained in newspaper and magazine headlines.*] Bryansk: Bryansk State Technical University, pp. 338–343 [online]. Available at: <https://diplomconsult.ru/preview/6009944/page:34/>.

4. Ivanova A.Ya. (2019). The spread of Chinese language and culture in Russia – as a result of globalization. *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*, [online] 1(10). Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/16FLSK119.pdf> (in Russian).
5. Ehko U. (2007). Vechnyy fashizm. Pyat' ehse na temy ehtiki. [*Eternal fascism. Five Essays on Ethics.*] Saint Petersburg: Symposium, p. 158.
6. Lukina M.M., Fomicheva I.D. (2005). SMI v prostranstve Interneta: Uchebnoe posobie. [*Media in the Internet: A Study Guide.*] Moscow: Moscow State University named after M.V. Lomonosov, p. 87.
7. Andreev E.A., Tuzovskiy I.D. (2017). Hick, glam, and null cultures as super-subcultures of the digital age. *Bulletin of the Adygea State University*, [online] 4. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/gik-glem-i-nul-kultury-kak-supersubkultury-tsifrovoy-epohi> (in Russian).
8. Superanskaya A.V. (1967). Yazykovoy znak i imya sobstvennoe. Problema yazykoznaniya. Doklady soobshcheniya sovetskikh uchenykh na KH Mezhdunarodnom kongresse lingvistov. [*Language sign and proper name. The problem of linguistics. Presentations by Soviet scientists at the X International Congress of Linguists.*] Moscow, pp. 153–154.
9. Alekseeva I.S. (2004). Vvedenie v perevod vvedenie. [*Introduction to Translation Introduction.*] Saint Petersburg: Faculty of Philology Saint Petersburg State University, Moscow: Academy Publishing Center, p. 352.
10. Andreev E.A. (2017). Formation and level of development of geek culture of board games in Russia. *Bulletin of Culture and Arts*, 2(59), pp. 115–121 (in Russian).