

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БАЛТИЙСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ИММАНУИЛА КАНТА»**

На правах рукописи



ПОЛЯК Татьяна Владимировна

**ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА СОЦИАЛЬНОЙ СТРАТИФИКАЦИИ
В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ**

5.9.5. Русский язык. Языки народов России

Диссертация на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Научный руководитель —
доктор филологических наук, доцент
Т.М. Шкапенко

Калининград

2026

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ИССЛЕДОВАНИЯ.....	13
§ 1. Объем понятия стратификации в гуманитарных науках	13
1.1. «Страта» как междисциплинарный термин	13
1.2. Изучение стратификации общества в социологических науках	17
§ 2. Соционимы как объект лингвистических исследований	23
2.1. Проблемы терминологизации наименований социальных страт	23
2.2. Соционим в ряду смежных терминологических единиц	27
2.3. Объем понятия «соционим».....	29
§ 3. Изучение социальной лексики в современной лингвистике	34
3.1. Лексикографическая представленность социальной лексики.....	34
3.2. Основные подходы к изучению социальной лексики	42
3.3. Основные подходы к изучению соционимов.....	51
Выводы	59
Глава II. КЛАССИФИКАЦИОННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ СОЦИОНИМОВ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ.....	62
§ 1. Тематическая классификация соционимов	62
1.1. Соционимы, основанные на критерии экономической дифференциации	62
1.2. Соционимы, основанные на критерии статусной дифференциации ..	72
1.3. Соционимы, основанные на поколенческом критерии.....	89
1.4. Соционимы, основанные на локализационном критерии	109
1.5. Соционимы, основанные на поведенческом критерии	120
Выводы	128
ГЛАВА III. ОСНОВНЫЕ СПОСОБЫ ОБРАЗОВАНИЯ СОЦИОНИМОВ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ НОВЕЙШЕГО ПЕРИОДА	132
§ 1. Заимствованная лексика как средство образования соционимов	132
1.1. Категориально-терминологический аппарат описания заимствованной лексики	132
1.2. Прямые заимствования в системе номинаций социальных страт	135

1.3. Калькированные заимствования в системе номинаций социальных страт.....	149
§ 2. Соционимы, образованные на собственной языковой почве	157
2.1. Лексико-семантические способы образования соционимов	157
2.2. Морфологические способы образования соционимов.....	170
Выводы	182
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	185
БИБЛИОГРАФИЯ.....	190
1. Теоретическая литература.....	190
2. Словари и энциклопедические издания.....	216
3. Источники	222
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	223

ВВЕДЕНИЕ

Изменения, произошедшие в социально-экономическом устройстве России после распада СССР в 1991 году, привели к разрушению существующей системы социального устройства общества. Как справедливо отметила И.А. Мальковская, «ушла социальность во всех своих ипостасях: государственной идентичности (принадлежность к социалистическому государству – СССР), национальной идентичности (принадлежность к «новой исторической общности» – советский народ), коллективной идентичности (принадлежность к трудовому коллективу), личностной идентичности (в социальном плане олицетворяемой с принадлежностью к классу, прослойке, социальной группе, партии и т. п.)» [Мальковская 2008: 152].

На смену оказавшимся на обочине истории социальным формам, основанным на идеологии интеграции/дифференциации советского общества, пришли новые, свойственные рыночной системе принципы функционирования социума. Необходимость присвоения наименований новым типам объединения людей в период создания в России рыночной экономики повлекла за собой возникновение целого ряда новых номинативных единиц, так называемых имен «социальных», «коллективных», или соционимов. Их параллельное, а порой и опережающее реальное экономическое развитие, вхождение в современный русский язык, предполагает наличие у данных номинативных единиц не только идентификационной, но и проективной социопрагматической функции, задающей параметры формирования и развития конкретных социальных групп, о чем свидетельствуют как работы в области социологии [Авраамова 2008; Бакштановский, Согомонов 2010; Беляева 2024], так и лингвистики [Откидычева 2013; Леонтьева 2015; Григоренко 2017; Шкуран 2021].

Несмотря на несомненную значимость, которую играют наименования данной группы в процессе радикальных социоэкономических и идеологических трансформаций, на сегодняшний момент не существует ни одного комплексного лингвистического исследования данного пласта

лексики, функционирующей в русском языке с конца 90-х гг. XX столетия. Не обоснована необходимость выделения соционимов в самостоятельную группу номинаций в рамках социальной лексики; не определен объем понятия данного термина; не выявлены языковые средства образования соционимов в русском языке новейшего периода в их непосредственной взаимосвязи с экстралингвистическими факторами. Решение вышеуказанных задач междисциплинарного характера предопределяет **актуальность** нашего исследования.

Объект исследования: лексические единицы, номинирующие коллективные объединения (общности) людей, функционирующие в русском языке новейшего периода как средства социальной стратификации общества.

Предмет исследования: основные способы возникновения соционимических единиц в русском языке новейшего периода и выполняемые ими идентификационные и социопрагматические функции.

Материалом для исследования послужили: научные статьи, диссертации и монографии в области социологии, политологии и экономики, относящиеся к проблемам стратификации современного российского общества; специализированные разделы идеографических словарей, а также русскоязычные медийные источники «Яндекс.Блоги» (<https://yandex.ru/blogs>), «Лента.ру» (<https://lenta.ru>), «РБК» (<https://companies.rbc.ru>), «Комсомольская правда» (<https://www.kp.ru>). и др. Изучение контекстов и статистики употребления выявленных соционимических единиц потребовало обращения к данным Национального корпуса русского языка [НКРЯ]. Заимствование отдельных номинаций социальных страт из английского языка обусловило необходимость использования англоязычных лексикографических ресурсов: Кембриджский словарь [CD], Оксфордский словарь [OD] и др.

Выбор языкового материала из вышеуказанных источников, датируемых началом 90-х гг. и до 2025 года, позволяет не только зафиксировать номинативные единицы, призванные обозначить новые формы социальных групп людей в процессе формирующейся рыночной экономики и

соответствующей ей идеологии, но и наблюдать за эволюцией самих форм единения и разобщения людей в эпоху стремительного развития интернет-технологий и все большей доминации в жизнедеятельности человечества виртуальных форм взаимодействия, интеграции и дифференциации.

Изменения в социальных формах интеграции людей внутри российского социума связаны также с геополитической ситуацией, возникшей в двадцатые годы текущего столетия. Если период с начала 90-х годов получал устойчивое и положительным образом оцениваемое определение «глобализации», то текущий период все чаще получает интерпретацию как «постглобализации» [см. подробнее Иванов 2020; Супрун 2024; Аксёнова 2024]. Принимая во внимание произошедшие перемены, О.А. Северская и Е.В. Туркина отмечают, что «на рубеже XX–XXI вв. этот вопрос (формирования социальных общностей) стал одним из главных не только для социологии, но и для всех отраслей гуманитарной науки, формирующей новую парадигму «общности как единения» в условиях перехода от однополярного мира к многополярной его модели» [Северская, Туркина 2024: 62].

Представляется также необходимым заметить, что «удвоение» [Маринова 2008] формата жизни, при котором существование онлайн начинает предопределять все формы существования человека в жизни реальной, также довлеет на модели организации социальных объединений людей, критерии их выделения, вербальной «идентификации и самоидентификации» [Лаппо 2013].

Цель данного исследования: выявление и системное описание номинативных и социолингвистических особенностей имен коллективных – лексических единиц, именующих социальные общности в русском языке новейшего периода во взаимодействии с совокупностью динамично развивающихся экстралингвистических факторов.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- определить объем понятия социальной и языковой стратификации;
- дать системное представление о проблемах терминологического обозначения номинативных единиц со значением коллективных лиц в российской лингвистике;
- описать различные подходы к изучению соционимов;
- определить объем понятия «соционимы» и разработать критерии их классификации;
- выявить лексические единицы, номинирующие социальные объединения (общности) людей в русском языке новейшего периода;
- осуществить тематическую классификацию выявленных соционимов на основе социологических критериев;
- охарактеризовать основные языковые механизмы возникновения соционимов в русском языке новейшего периода;
- выявить зависимость способа их образования от функционально-стилистической принадлежности.

Цель и задачи диссертационной работы обусловили выбор **комплексной методики** исследования, включающей в себя, кроме общенаучных методов анализа и синтеза, интерпретации и классификации материала, специальные лингвистические методы: словарно-дефиниционный и компонентный анализ, необходимые при выделении интегральных социальных и дифференциальных сем; контекстуальный анализ, направленный на выявление особенностей функционирования слов в различных дискурсивных сферах; социо-исторический и лингвокультурологический анализ, связанные с необходимостью описания экстралингвистических факторов, детерминирующих возникновение и функционирование наименований социальных страт; функционально-семантический и словообразовательный анализ, направленные на характеристику способов и средств образования номинаций различных социальных страт.

При определении различных статистических показателей использовались такие инструменты НКРЯ, как метрики частотности, история словоупотребления, график распределения употребления по годам, а также виджеты «Похожие слова» и «Портрет слова».

Теоретическую базу исследования составили работы отечественных и зарубежных ученых в различных отраслях лингвистического знания и смежных с ними научных дисциплин:

– социологии [Вебер 1990; Сорокин 1992; Беляева 2001, 2024; Кижеватова 2007; Тихонова 2007, 2020, 2021; Костина 2009; Гендин 2014; Бреслер 2014, 2023; Батуренко 2016, 2022; Кагарлицкий 2017; Шкаратан 2018; Комарова, Борисенко 2020; Упоров, 2020; Davis, Moore 1945; Warner 1963; Bourdieu 1984; Prensky 2001 и др.].

– ономастики [Суперанская 1973; Подольская 1974; Голомидова 1998; Супрун 2000; Ермолович 2001; Матвеев 2005, 2006; Макарова, Бондалетов 2012; Шмелева 2013, 2014, 2020; Басик 2018; Картавенко 2019, 2024; Попова 2020; Щербак 2022, 2023 и др.].

– эволюционно-функциональной лексикологии и лексической семантики [Апресян 1995; Кобозева 2000; Попова, Стернин 2007; Буренкова 2008; Заварзина 2011, 2015, 2021; Лаппо 2013; Леонтьева 2013, 2015, 2025; Бабенко 2016; Ерофеева, Черноусова 2019; Ребрина 2023, 2025; Щетинина 2024; Колесникова 2025 и др.].

– контактной лингвистики и теории заимствований [Пауль 1960; Хауген 1972; Шмелев 1973; Лотте 1982; Сорокин 2018; Крысин 2004; Маринова 2008; Шкапенко 2016, 2017, 2025; Зализняк 2020; Наумова 2021; Markowski 2000; Witalisz 2007; и др.].

Гипотеза исследования: радикальные преобразования в социально-экономической системе функционирования общества находят непосредственное отражение в системе средств номинации формирующихся новых социальных групп. Ориентация России после распада СССР на структурную организацию стран западной демократии и в первую очередь

США предполагает трансфер имен социальных образований и их референтных групп преимущественно из английского языка.

Научная новизна диссертационной работы заключается в том, что в ней:

- впервые дано системное описание языковых средств социальной стратификации общества в русском языке с начала 90-х гг. XX столетия и до настоящего периода времени;
- предложена классификация социальных страт и конституирующих ее лексических единиц (соционимов) на основании комплекса интегральных критериев;
- обнаружены признаки социальной стратификации как в реальной, так и в виртуальной действительности, оказывающей сильное воздействие на статусную и финансовую параметризацию социума;
- выявлено преобладание англо-американских заимствований среди наименований социальных страт и определено их функционирование как отражательных, идентификационных и социопроективных средств номинации;
- определены основные тенденции словообразовательного маркирования наименований социальных групп в дискурсивной и хронологической парадигме.

Теоретическая значимость диссертации определяется тем, что в ней:

- уточнен объем понятия «страта» в контексте междисциплинарных связей социологии и лингвистики;
- обоснована необходимость введения в ономастический оборот термина «соционимы» и определен объем данного понятия;
- систематизированы различные теоретико-методологические подходы к изучению социальной лексики;
- описаны продуктивные деривационные модели, используемые с целью номинации социальных страт и выявлена их диахроническая и дискурсивная специализация.

Тем самым работа вносит вклад в такие области языкознания, как ономастика, функциональная и эволюционная лексикология, контактная лингвистика, словообразование и лингвоаксиология.

Практическая значимость выполненного исследования связана с тем, что собранные в ней и полученные на основе их анализа выводы могут быть использованы как в вузовских курсах по ономастике, семантике и лексикологии, так и в социологических исследованиях.

Достоверность и обоснованность результатов исследования обеспечиваются опорой на многоаспектную научную литературу междисциплинарного характера, репрезентативность привлечённого к рассмотрению фактического материала, применение комплекса методов исследования, адекватных его объекту, цели и задачам.

Апробация работы. Основные теоретические положения и практические результаты исследования докладывались на международных научных конференциях: XVIII международная научно-практическая конференция «Язык и межкультурная коммуникация» (Астрахань, 2023); «Дни науки в институте гуманитарных наук» (Калининград, 2024); «Вызовы и тренды современной лингвистики» (Казань, 2024); IV международная научная конференция «HOMO LOQUENS: язык — коммуникация — культура» (Калининград, 2024); XIII международная научная конференция «Национальные коды в языке и литературе» (Нижний Новгород, 2025), а также отражены в 9 публикациях, 4 из которых опубликованы в журналах, рекомендованных ВАК.

В соответствии с поставленной целью в качестве **основных положений**, определяющих научную новизну и теоретическую значимость диссертационной работы, на защиту выносятся следующие:

1. Соционимы представляют собой особую группу номинаций в рамках социальной лексики, обозначающую объединения людей по различным критериям. Языковые средства социальной стратификации находятся в тесной связи с социально-экономическим устройством общества,

выполняя функции отражения, идентификации, регулирования и социопроектирования.

2. В условиях радикальной трансформации основ государственного устройства номинации социальных групп утрачивают статус нормативно-правовых терминов, а присвоение им наименований становится доменом междисциплинарных наук (социологии, политологии, экономики), с одной стороны, и повседневной коммуникации, с другой. Участие в процессе номинативной деятельности различных акторов обуславливает наличие базовых и вариативных, а также нейтральных и оценочных соционимов.

3. Под воздействием экстралингвистических факторов в современном российском обществе наблюдается рост числа критериев социальной стратификации (экономический, статусный, поколенческий, поведенческий, локализационный). Состав номинаций соответствующих страт включает в себя лексические единицы, относящиеся к реальной и виртуальной действительности.

4. Базовыми номинативными техниками языковой стратификации общества в современном русском языке являются внешние и внутренние заимствования. Внешние заимствования связаны с ориентацией России на модель социально-экономического устройства США и глобализацией медиапространства. Внутренние заимствования связаны с обращением к опыту дореволюционной России как этнокультурно специфичной форме устройства общества на принципах частной собственности.

5. В состав заимствованной лексики входят прямые и семантические заимствования, претерпевающие ряд морфологических преобразований в процессе их ассимиляции в системе принимающего языка. Образованные на собственной языковой почве соционимы представляют собой результат семантических преобразований метафорического или метонимического характера и приобретают оценочный характер.

6. Наблюдается хронологическая и дискурсивная специализация морфологических средств, маркирующих существительные со значением

социального множества. Словообразовательная модель множественной собирательности с суффиксом *-ство* уступает место флективным формам множественного числа. В заимствованных терминологических номинациях страт доминируют модели с формантом *-ат*. Суффиксы автохтонного происхождения специализируются на вербализации пейоративно маркированных разговорных соционимов (социофолизмов).

Объем и структура работы. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, библиографии, включающей список научной литературы из 264 наименований, а также двух приложений.

ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ИССЛЕДОВАНИЯ

§ 1. Объем понятия стратификации в гуманитарных науках

1.1. «Страта» как междисциплинарный термин

Лексема *страта*, восходящая к латинскому языку (от *strātum* – настил, слой), первоначально использовалась в качестве термина в геологических науках и обозначала «положение отдельных частей геологических образований в вертикальном разрезе» [ГС]. В результате процесса метафоризации слово, имеющее конкретное значение вертикально расположенных слоев однородного материала, постепенно начинает активно употребляться в качестве терминологической единицы в широком дисциплинарном измерении, прежде всего в социологии.

Согласно Большому толковому социологическому словарю, «страта – иерархически организованные структуры социального неравенства, существующие в любом обществе. Как и в геологии, термин относится к слоистому структурированию или стратам, но в социологии они состоят из социальных групп и акцент делается на способах их структурирования и сохранения во времени неравенства между ними» [БСС 1999: 239]. Новейший философский словарь приводит следующее определение: «страта – элемент социальной структуры, конструируемый на основании многомерной классификации и организуемый в иерархический порядок. Стратификация представляет множество признаков, а также структуру позиций и групп (классов) как конкретное наполнение страт» [НФС].

Аналогичные дефиниции предлагаются в работах современных российских социологов. Д.А. Офицерова предлагает понимать под стратой «группу индивидов, занимающих сходные положения в обществе» [Офицерова 2017: 116]. А.В. Комарова и Л.О. Борисенко включают в свое определение количественную характеристику, описывая страту как «большую группу людей, отличающуюся по своему положению в социальной иерархии общества» [Комарова, Борисенко 2020: 227].

Заметим, что в российской социологии термин «страта» используется не так давно, примерно с начала 90-х гг. прошлого столетия, что связано с представлениями о теориях социальной стратификации как свойственных буржуазному обществу. Например, в различных словарях находим: «Социальная стратификация (от лат. *strātum* – слой и *facio* – делаю), одно из основных понятий буржуазной социологии, обозначающее систему признаков и критериев социального расслоения, неравенства в обществе; социальную структуру общества; отрасль буржуазной социологии» [ФЭС 1983: 636].

Нерелевантность теории стратификации для социальной структуры СССР была связана с декларируемым отсутствием вертикального разделения советского общества на иерархически расположенные группы. Соответственно основными терминами, определяющими различные слои общества, в данный период в советском научном нарративе были «социальная общность» и «социальная группа». Оба эти термина зачастую использовались в качестве взаимозаменяемых, однако при более детальном рассмотрении их дефиниций можно выделить также отличительные черты.

Согласно Н.Б. Костиной, «социальная группа» – общенаучное, родовое и собирательное понятие по отношению к социальным классам, слоям, территориальным и иным общностям» [Костина 2009: 30]. Термином «группа людей» могут обозначаться любые совокупности людей, любое объединение. Объединяющим признаком могут выступать различные характеристики: возраст, социальный статус, территориальное положение, род занятий, как на длительных, так и на непродолжительных промежутках времени [Там же].

Термином «социальная общность», по мнению этого же автора, обозначается более тесное объединение людей. Оно подразумевает наличие общих свойств и качеств, таких, как: «способность людей в общности реализовывать цели, которых отдельный индивид достичь не может; коммуникация индивидов; определенные отношения между членами общности, обеспечивающиеся системой норм и образцов и основанные на солидарности и доверии; организованность; возникновение коллективных

чувств; осознание себя как общности. Действия объединенных в общность индивидов регламентированы совокупностью норм и правил, которые предписывают не только соответствующие действия в определенных условиях, но и подчас образ мыслей и чувствований» [Костина 2009: 33].

В условиях перехода России к социальному устройству, характерному для западных стран, термин «страта» получает не только широкое хождение в социологических науках, но и в некоторых других областях гуманитарного знания. В категориально-понятийный аппарат социальной психологии ввел его известный советский и российский психолог А.В. Петровский (1924–2006) (см. подробнее: [Мазилов, Власов 2024], сохранив тот же подход к пониманию «страты», который характерен и для социологических наук. Определение, предлагаемое в «Словаре практического психолога» полностью совпадает с его трактовкой в социологических работах [СПП 1998: 484].

В несколько ином значении термин «страта» используется в филологических науках, в первую очередь, в социолингвистике и ономастике. В этом случае в качестве референтной области выступают различные языковые феномены, употребление которых характерно для определенной группы людей – носителей языка. Так, профессор С.Н. Басик предлагает выделять ономастическую страту, разъясняя, что «все имена собственные в геокультурном пространстве представляют собой специфический вспомогательный ономастический слой (страту) с интегрирующими, связующими функциями между местом, природным (физико-географическим) ландшафтом, населением, его деятельностью и восприятием окружающего географического пространства в целом» [Басик 2018: 4].

Е.Н. Бекасова в монографии «Лингвистическое краеведение Оренбуржья» [Бекасова 2024] описывает различные аспекты языковой и культурной стратификации через призму региональных особенностей, взаимодействия языков и культур, системы имен и прозвищ. Языковая стратификация рассматривается ученым как явление, связанное с разделением языкового пространства на различные уровни и пласты, которые отражают

геополитические, исторические, географические, этнические и конфессиональные особенности определённого региона: «Историческая изменчивость функциональной парадигмы языка и отдельных её страт, нередко сохранивших свои некие «следы», в сочетании с особенностями их территориального отражения и специфики контактирования с другими языками, безусловно, формируют определённый лингвистический «рельеф», не всегда явно выраженный на всех уровнях языковой системы, как это наблюдается при стратификации языка, но имеющий свой «набор» языковых признаков, чаще всего проявляющийся в лексическом своеобразии, мотивированном геополитическим, историческим, географическим, этническим, конфессиональным статусом определённого региона» [Бекасова 2024: 5].

Термин «страта» в лингвистике тесным образом переплетается с понятием социолекта, под которым понимается «Совокупность различных общественных групп, среди которых классы и социальные слои (страты) играют существенную роль в дифференциации языка, в результате чего появляются вариативные элементы и разновидности языка» [Жеребило 2010: 151]. С усложнением структуры общества и развитием социолингвистических исследований ученые приходят к выводу о том, что «социальная маркированность стратификации языка не проявляется в изоморфизме социальной структуры общества и функционального членения языка или их взаимной детерминации: реальные соотношения значительно сложнее и зависят от множества факторов» [Ерофеева, Черноусова 2019: 188]. На этой основе понятие «социолект» описывается как «совокупность языковых кодов, которыми владеют индивиды, объединенные какой-либо стратой» [Там же]. Сам термин «страта» в социолингвистических исследованиях выступает как «основополагающий признак определенной группы людей, который может иметь и социальную, и психологическую, и биологическую природу» [Там же].

1.2. Изучение стратификации общества в социологических науках

Неизменный интерес ученых к проблемам деления общества на определенные страты связан, с одной стороны, с неравенством его членов, с другой стороны, с существованием групп, члены которых объединяются в определенные социальные группы по тем или иным признакам. Основы теоретического изучения проблем стратификации общества были заложены еще в 1942 г. К. Дэвисом в статье «Концептуальный анализ стратификации» [Davis 1942] и в его последующей работе в соавторстве с У. Муром «Некоторые принципы стратификации» [Davis, Moore 1945]. Американские ученые охарактеризовали смысл и значимость таких терминов, как «позиция», «положение», «статус», «должность» и «страта» в теории разделения социума, указали, что каждый индивид занимает в структуре общества несколько позиций, в связи с чем может относиться одновременно к различным стратам.

К ряду базовых понятий, входящих в объем термина страта, были отнесены «каста» (caste), «сословие» (estate) и «класс» (class). При этом принадлежность индивидов к касте или сословию определяется самим фактом рождения, вследствие чего данный статус закрепляется навсегда. В то же время принадлежность к классу, хотя и передается по наследству, однако может быть изменена в течение жизни. Внимания заслуживают наблюдения К. Девиса об этнической и исторической маркированности системы устройства общества. К примеру, кастовый тип стратификации присущ индийскому обществу (брахманы (жрецы), кшатрии (воины), вайшья (земледельцы), шудры (слуги)). Для средневекового европейского общества было характерно сословное устройство (аристократия, духовенство и третье сословие – крестьяне, ремесленники и торговцы). Классовая структура, характерная для различных стран и этносоциумов, связана с индустриальной революцией и в основном выразилась в разделении общества на класс имущих и неимущих (буржуазия и пролетариат).

Несмотря на то, что К. Маркс не использовал в своих трудах термин «стратификация», в сущности, его теория классового устройства общества явилась первой научной концепцией осмысления структуры общества. Основы данной теории были изложены в целом ряде произведений основоположника марксизма [Маркс 1951, 1952], предложившего четкий экономический критерий деления общества на классы в виде отношения к средствам производства. На основании наличия/отсутствия частной собственности на средства производства Маркс выделил два основных класса: буржуазию (владельцы средств производства) и пролетариат (наемные рабочие). Классовая борьба рассматривалась в качестве основной движущей силы социально-исторического развития, конечной целью которого должно было явиться упразднение института частной собственности и построение коммунистического общества.

Ход истории показал ошибочность концептуальных положений теории К. Маркса, верификация которых на примере реорганизации системы экономических отношений и внедрения государственной собственности в СССР и других странах социалистической системы привели к выводам о неэффективности бесклассового общества, члены которого лишены права на частную собственность. Более того, во многих работах доказывается, что классовая организация общества ушла в прошлое (см., например: [Зиновьев 2006; Тихонова 2007; Чуньков 2013; Кагарлицкий 2017]), а наиболее релевантным термином для обозначения современных социальных групп или общностей становится «страта». Как указывает И.В. Упоров, «страты представляют собой следующий, более высокий уровень социального обобщения (группирования). Довольно долго для такого масштаба общности использовался термин «класс» как фундаментальная категория марксистско-ленинской теории (а до этого – «сословие»), однако ситуация изменилась, идея коммунизма (социализма) не выдержала испытания временем и в практическом плане угасла (вместе с распадом советского государства)» [Упоров 2020: 28].

В то же время теоретическое описание структуры общества и его стратификации в соответствии с множественными критериями неравенства в теориях западных социологов получило всеобщее научное признание, в том числе в новейшей российской социологии. Наибольшее влияние на изучение форм социальных объединений людей в рамках идеологической и социэкономической реорганизации российского общества с начала 90-х гг. прошлого столетия оказали теории социальной стратификации немецкого социолога Макса Вебера и русско-американского социолога П. Сорокина.

Впервые полное научно-теоретическое обоснование социальной стратификации дал американский социолог и культуролог российского происхождения Сорокин Питирим Александрович (1889–1968). Ученый рассматривает социальную стратификацию как процесс разделения общества на группы, которые отличаются по своему положению в социальной иерархии. Это разделение основано на неравномерном распределении различных ресурсов, таких как власть, привилегии, обязанности и возможности: *«Социальная стратификация – это дифференциация некой данной совокупности людей (населения) на классы в иерархическом ранге. Она находит выражение в существовании высших и низших слоев. Ее основа и сущность – в неравномерном распределении прав и привилегий, ответственности и обязанности, наличии или отсутствии социальных ценностей, власти и влияния среди членов того или иного сообщества»* [Сорокин 1992: 302].

В своей работе автор выделяет три основных критерия стратификации: экономический, политический и профессиональный. Кроме того, он указывает, что любая организованная социальная структура неизбежно подвержена социальной стратификации, то есть иерархическому разделению на страты с различными уровнями статуса и положения: «Любая организованная социальная группа всегда социально стратифицирована. Не существовало и не существует ни одной постоянной социальной группы, которая была бы "плоской" и в которой все ее члены были бы равными.

Общества без расслоения, с реальным равенством их членов – миф, так и никогда не ставший реальностью за всю историю человечества» [Сорокин 1992: 304].

Теория социальной стратификации П.А. Сорокина содержит также динамический аспект, раскрытый в концепции социальной мобильности, под которой автор предлагал понимать «любой переход индивида, или социального объекта, или ценности, созданной или модифицированной благодаря деятельности, от одной социальной позиции к другой» [Сорокин 1992: 373]. Основные положения данной концепции используются в современной российской социологии не только в теоретическом, но и в прикладном аспекте, находя свое отражение в популяризации понятия «социального лифта» как важнейшей составляющей политической динамики общественного развития (см., например: [Гендин 2014; Хасанов 2018; Щербинина 2023; Григорьев 2024]).

Макс Вебер [Вебер 1990] также не отказывается от экономического критерия в процессе анализа структуры общества, однако добавляет к нему критерии власти и престижа. Все три составляющих (класс, статус и власть) ученый рассматривает как независимые друг от друга компоненты социальной стратификации. Описывая разделение общества на страты на примере устройства общества в США, ученый в качестве основного критерия предлагает стиль жизни и род профессиональных занятий, к числу второстепенных относит «унаследованный «капитал» престижа (рождение в привилегированной богатой семье как основание для дальнейшего успешного продвижения по социальной лестнице) и степень доступа к политической власти в государстве» [Сорочайкин 2014: 92]. Отметим также, что, в отличие от интерпретации страты как более высокого уровня обобщения, предложенного в вышеупомянутой работе И.В. Упорова [Упоров 2020: 28], немецкий социолог указывает, что «социальная «страта» – это множество людей внутри большой группы, обладающих определённым видом и уровнем

престижа, полученного благодаря своей позиции, а также возможности достичь особую рода монополии» [Вебер 1990: 156].

Оригинальное развитие идеи стратификации теории Вебера получили в трудах американского антрополога и культуролога У.Л. Уорнера [Warner 1963], использовавшего в процессе анализа общественных страт городов Америки в том числе принципы социолингвистических исследований. Исходя из положения о том, что классы представляют собой группы людей, обладающих одинаковым статусом и престижем в сознании окружающего их сообщества, ученый предложил респондентам описать своими словами классовое деление в их городе, предлагая свои собственные характеристики [см. подробнее Батуренко 2022]. В результате анализа полученных данных ученый пришел к выводу о том, что не только финансовое положение определяет характер оценки людей как принадлежащих к определенному классу. В вопросах стратификации необходимо также учитывать другие статусные характеристики (Index of Status Characteristics), к которым он отнес профессию, место жительства, доход, происхождение. Интерес для нашего исследования представляют также выделенные в рамках американских городов слои общества: богатые аристократы, миллионеры в первом поколении, высокообразованные интеллектуалы (врачи, юристы), деловые люди (владельцы капитала), канцелярские служащие, секретари, рядовые врачи, школьные учителя и другие «белые воротнички», квалифицированные рабочие («синие воротнички»), бездомные бродяги, бедные, преступники и безработные [Warner 1963].

Стратификационно-статусные концепции описания социальной структуры оказались наиболее востребованными в процессе изучения формирующегося с начала 90-х гг. нового социального уклада российского общества, поскольку позволяют принимать во внимание не только «вертикальность расслоения общества», но и «многомерность социального пространства» [Батуренко 2016: 96].

Необходимость парадигмальной смены теоретико-методологических подходов к изучению системы социальной стратификации диктовалась реальными изменениями, происходящими с начала 90-х годов в устройстве российского общества. По наблюдениям С.А. Батуренко, появлялись новые, неизвестные ранее и не свойственные советскому социальному порядку страты, такие, как «бизнес-слой, новая федеральная и региональная элита, средний слой, <...> класс крупных собственников, мелкие и средние предприниматели, менеджеры разного уровня, биржевые игроки, “новые” бедные, безработные, маргиналы, андеркласс и многие другие слои [Батуренко 2016: 101]. Происходящая бурная трансформация рассматривалась в социологии «в контексте перехода от государственно-капиталистической системы советского периода к частнокапиталистической системе новейшего периода отечественной истории», <...> а характер и масштаб трансформации классовой структуры социума в исследуемый период был обусловлен изменениями отношений собственности» [Гулин 2023: 1].

Кроме приведенных выше наименований новых социальных страт, в работах российских социологов встречаем другие терминологемы, состав которых изменяется вместе с появлением в России новых социальных страт: *класс собственников, разделяемых на крупных, средних и мелких собственников; предпринимательство; бизнес-класс, бизнес-слой; средний класс; элита, бизнес-элита, номенклатура, чиновничество, менеджеры, топ-менеджеры, креативный класс, креативный средний класс, офисные работники* и др. (см., например: [Беляева 2001, 2024; Шкаратан 2018; Тихонова 2020, 2021]).

Происходящие изменения в рамках социальной структуры обусловили необходимость применения концептуальных положений стратификационного анализа, как основы моделирования обновленного устройства общества, в котором социальные группы и слои различались по степени обладания собственностью, властью, доходами, социальным статусом, престижем, а также иными возникающими критериями объединения людей в различные

страты. Динамика их трансформации во многом обусловлена преобладанием в последние годы антропоцентрической типологии «общностей», ставящей во главу угла «сеть осмысленно-значимых отношений и чувство единства с другими» и «понятия отношения, связи и коммуникации» [Ганопольский, Селиванов 2008: 11].

§ 2. Соционимы как объект лингвистических исследований

2.1. Проблемы терминологизации наименований социальных страт

Несмотря на то, что разделение общества на социальные группы, классы и сословия наблюдается уже в истории Древнего мира, вместе с возникновением рабовладельческого общества, и пронизывает структуры всех последующих общественно-экономических формаций (феодализма, капитализма, социализма), специализированный лингвистический термин, соционим, который используется для обозначения социальных групп, появляется в лингвистике только в XXI веке и до сих пор «не получил еще общего признания» [Откидычева 2013: 15].

История возникновения и признания учеными термина «соционим», во внутренней форме которого уже заложено значение «имя социальной группы», достаточно длительная и непростая. Причины этого можно усматривать, с одной стороны, в том, что в течение долгого времени лексика со значением социальных групп рассматривалась в рамках более широких понятий (общественно-политическая лексика, имена коллективной идентификации (*nomina collective*), *homo socialis*, имена социальных групп или социальной общности, социальные номинаторы), с другой стороны, включению соционима в терминологический обиход могло, на наш взгляд, препятствовать значение второй части слова «оним», референция которого была ограничена только группой имен собственных.

Согласно различным определениям, «оним (греч. *ὄνομα* имя) – то же, что имя собственное» [Варбот, Журавлев 1998: 32]. В течение длительного

периода времени имена собственные представляют объект научной рефлексии многочисленных исследователей, которые изучают их с различных точек зрения. К ним относятся особенности семантики и референции; выполняемые в языке функции, среди которых принято выделять «номинативную, идентифицирующую, коммуникативную, дейктическую, оценочную и фатическую» [Опарина 2021: 16], а также этноспецифические и лингвокультурные особенности. При этом сам вопрос о том, какие лексико-семантические классы входят в состав группы имен собственных, в научных трудах рассматривается намного реже, поскольку представляется, как можно предположить, вполне очевидным и недискуссионным.

Так, в курсе школьной грамматики находим, что имя собственное – это «существительное, являющееся именем кого-, чего-л., обозначением единичного предмета или лица, часто без всякого отношения к его признакам» [МАС]. В словаре ономастической терминологии Н.В. Подольской дается не только определение онима, но и приводятся его разновидности. «Оним (онома, собственное имя) – слово или словосочетание, которое служит для выделения именуемого им объекта среди других объектов: его индивидуализации и идентификации; в т. ч. антропоним, топоним, зооним, фитоним, анемоним, хромоним, астроним, космоним, теоним, идеоним, хрематоним, которые составляют различные разряды онимов» [Подольская 1978: 95].

Все перечисленные выше терминологические разновидности имен собственных имеют сложную словообразовательную структуру, в которой первая часть представляет собой видовую характеристику, чаще всего восходящую к греческим или латинским именам, например, хром (с греч. χρῶμα «цвет, краска») + оним, фито (с греч. φυτόν «растение») + оним и т.п., вторая часть – оним, представляет собой родовую характеристику, обозначающую принадлежность обозначаемого к именам собственным.

Следует отметить, что отдельные группы слов, по мнению лингвистов, находятся на границе имен собственных и нарицательных. К ним, в первую очередь, относятся этнонимы – «любой не описательный (однословный)

номинант, обозначающий людей по национальному признаку или по их государственной принадлежности» [Ковалёв 1991: 176]. А.В. Суперанская считала, что этнонимы ошибочно относят к объектам ономастики, приводя в качестве аргумента их референтную соотнесенность с самыми различными представителями этносов, а не с конкретным индивидом-носителем имени. На этом основании ученый относит этнонимы к именам нарицательным, «являющимися номенами, называющими неопределенное множество идентичных единиц» [Суперанская 1973: 205]. Другие лингвисты призывали считать этнонимы именами собственными и даже предлагали относить к ним прозвища, полученные от соседей по месту жительства» [Никонов 1970: 6]. В.Д. Бондалетов указывал, что «переходность таких слоев лексики как этнонимы, связана с их двоякой природой: они, с одной стороны, называют однородное, цельное явление, а с другой – являются наименованиями для отдельных лиц, частей целого» [Бондалетов 1983: 29].

Квалифицируя этнонимы как имена собственные или нарицательные, российские исследователи приводят аргументы исключительно семантического характера. На наш взгляд, отнесение этнонимов к именам собственным или именам нарицательным отчасти может быть связано с орфографической традицией, т.е. с нормой написания, которая оказывает влияние на субъективное представление о принадлежности этнонимов к той или иной категории. Так, в польской ономастике названия наций и их представителей относят к именам собственным, вполне вероятно, поскольку они пишутся с заглавной буквы.

В современных исследованиях по ономастике все чаще появляются термины, построенные по той же деривационной модели, что и «антропонимы», «фитонимы» и т.п., которые, однако, без всяких сомнений не принадлежат к группе имен собственных. К ним можно отнести профессионимы – лексическая единица, обозначающая профессиональную деятельность или специальность человека; конфессионимы (от лат. *confessio* «исповедание» + др.-греч. ὄνομα «имя, название») – «коллективное имя,

название сообщества людей, придерживающихся определённого религиозного учения»; политонимы (от др.-греч. *πολιτική* «государственная деятельность» и *ὄνομα* «имя, название») – «название всех граждан какого-либо государства, всего населения определенного административного региона, производное от названия государства или региона» [ТСБ 2011]; «идентитонимы» – «тематическая группа именных лексем, характеризующая индивидуума с точки зрения его принадлежности к этнической общности, цивилизации, культуре, религии» [Покровская 2009: 9].

Как видим, традиция именования в рамках деривационной модели «видовой признак + оним» исключительно имен собственных нарушается, само значение термина «оним» расширяется и начинает включать в себя обозначения различных референтных групп, не относящихся к категории имен собственных. Такое расширение значения обусловлено растущей потребностью присвоения терминологического обозначения для наименований целых групп однородных объектов по определенным идентифицирующим признакам. В результате «оним» становится родовым термином для наименования различных групп одушевленных и неодушевленных объектов.

Следовательно, представляется правомерным выделять соционимы вместе с другими терминологическими обозначениями группы людей, несмотря на то, что они относятся к апеллятивным единицам. Введение в лингвистический терминологический оборот понятия «соционим» имеет особое значение, так как их выявление и теоретическое описание является основанием для получения информации о тех структурах общества, которые характерны для конкретного исторического периода. Их изучение в диахронической перспективе необходимо, чтобы обнаружить те общественные предпочтения лингвокультурных сообществ, которые отражаются в формах соционимического обозначения.

2.2. Соционим в ряду смежных терминологических единиц

Как мы уже говорили выше, кроме сложностей терминологизации социальных групп людей, связанных с семантикой термина «оним» как относящегося к имени собственному, существует также традиция присвоения референтам данного типа наименований менее терминологизированного характера. К таким обозначениям следует отнести, в первую очередь, понятия «социальная лексика» и «общественно-политическая лексика».

А.В. Щетинина предлагает понимать под термином «социальная лексика» «совокупность языковых фактов: лексем, фразеологизмов, составных неидиоматических выражений, а также паремий (поскольку они являются достаточно устойчивыми фактами речи), – в значениях которых выявляются социальные семы, то есть семантические компоненты, объективирующие принадлежность номинируемого объекта, его свойства или действия к сфере институционального общения ('государство', 'власть', 'административный', 'должность', 'управлять' и т. д.) или социального неинституционального взаимодействия ('вместе', 'опорочить', 'общественное мнение', 'гость' и др.)» [Щетинина 2018: 8]. Как видим, при такой интерпретации значений социальной лексики в ее состав могут выходить самые различные лексемы, именующие референты, в той или иной степени связанные с социальной зоной референции, а также слова самой различной частеречной принадлежности. Таким образом, соционимы как исключительно субстантивные единицы, входят в состав социальной лексики как одна из ее подгрупп.

Термин «общественно-политическая лексика» интерпретируется как «пласт лексического состава языка, отображающий наименования событий, явлений и реалий общественно-политической жизни, представленной в сферах политики и экономики» [Протченко 1984: 103]. Так же, как и социальную лексику соционимы можно рассматривать в качестве одной из лексико-семантических групп, входящих в состав общественно-политической лексики. Как указывает Е.А. Наумова, в рамках данной группы «особенно наглядно

отражены социальная структура общества, мировоззренческие установки носителей языка, способы организации общественной жизни страны, в которой функционирует язык, а также других стран» [Наумова 2021: 270].

Термин «имена коллективные» (*nomina collectiva*) также объединяет в своем составе не только названия социальных групп людей, но и объединений другого рода. Если в социальной лексике в качестве объединяющего критерия предлагается наличие семы «социальности» [см. Щетинина 2018], то объединяющей семой в рамках данной категории имен следует выделить «семантический компонент собирательности (коллективизма, общности), отражающий множество реально существующих лиц, воспринятое и представленное как одно целое» [Григоренко 2017: 136]. Как отмечает исследователь балтийских языков С. Амбразас, *nomina collectiva* – одна из древнейших производных категорий, унаследованная от индоевропейского языка. После образования морфологической категории числа данная категория стала в некоторой степени излишней в языке. «В балтийских языках старые производные категории *nomina collectiva* почти исчезли, многие из них приобрели значение *nomina loci* (имена локативные)» [Ambrasas 1992: 35].

К отличительным чертам данной группы О.В. Григоренко относит то, что они: (а) «являются наименованиями цельных объединений людей; б) как правило, имеют форму только единственного числа, так и для конкретных существительных: а) некоторые агентивы не имеют соответствующих единичных однокоренных наименований, например, бомонд, диаспора, дивизион, средний класс, контингент [Григоренко 2017: 136].

В состав *nomina collectiva* исследователь включает 1) «*nomina regionalia et nationalia*», группа лексических единиц, называющих человека по отношению к расе, национальности, территории, к месту жительства, местонахождению; 2) «*nomina politicus*», группа лексем, характеризующих человека по его социальному свойству; 3) «*nomina professionalia*», группа слов, называющих человека по профессии, специальности, роду занятий, характеру деятельности и связанным с ними действиям и отношениями. Заметим, что в

данном перечне, отсутствуют *nomina socialis*, хотя в приводимых автором примерах некоторые из них фигурировали, например: бомонд, средний класс.

Существует еще одна терминологическая единица, предлагаемая в работе А.С. Мирошниченко – «социально-статусные номинации» [Мирошниченко 2022: 106]. В соответствии с предложенным названием в качестве основного семантического компонента, формирующего состав данной группы, выделяется «социальный статус группы». Автор указывает, что количество статусно маркированных групп увеличивается в связи с развитием информационных технологий приводит следующие примеры номинаций по социальному статусу: *фрилансер, удаленщик, дистанционщик* и т.п., *IT-специалист, айтишник, Data Scientist, java-разработчик* и т.п., а также номинации коучей и тренеров: *бизнес-гуру, коучер, коуч, бизнес-коуч* и др. [Мирошниченко 2022: 109–110]. Номинация лица по социальному статусу, как отмечает автор, относится к словам, ключевым для понимания текущего момента в социальной стратификации общества и для осмысления того, какое оценочное отношение к тем или иным социальным статусам, позициям, ролям формируется в языковой картине. Без использования социально-статусных номинаций лица не может быть адекватно репрезентирована социальная действительность. Автор отмечает также, что возникающие номинации лица по социальному статусу практически не фиксируются современными лексикографическими источниками, поскольку «словари не ставят перед собой задачу отобразить новые лексические единицы, которые обозначают лиц, связанных некими социальными функциями» [Мирошниченко 2022: 106].

2.3. Объем понятия «соционим»

Впервые необходимость появления термина, обозначающего социальные группы, обосновал в своих работах один из крупнейших французских социологов нашего времени Пьер Бурдьё. Ученый не предложил собственной дефиниции соционима, а лишь привел его метафорическое определение – «этикетка» в переводе А. Кустарева [Кустарев 2015] или

«ярлык» в переводе С.М. Гавриленко, О.М. Журавлевой [Бурдьё 2018: 32]. В книге «Homo academicus» П. Бурдьё писал: «Представление людей друг о друге обречено на предвзятость и соответствующую редукцию. Этикетки обозначают и выделяют среди прочих группы [людей] и группы [их] свойств на основе их синкретического восприятия, оставаясь в неведении насчет оснований этих классификаций. Такое неведение может быть присуще самим членам различных объединений, однако задачей лингвистов является выявление как признаков, на основе которых происходит выбор «этикеток», так и их аксиологической значимости в процессе наименования различных общественных структур» [цит. по Кустарев 2015].

Термин «соционим» в значении «имена коллективные» впервые в российской социолингвистике употребляет А.С. Кустарев, анализируя сущность и состав креативного класса: «Креативный класс» – это типичное коллективное имя, или этикетка (как говорил Бурдьё), или, как я предлагаю говорить, «соционим», что удобно и понятно рядом с хорошо известным понятием «этноним» [Кустарев 2012]. Этот же ученый писал: «Соционимы имеют сильный оценочный оттенок и те, кто ими пользуются для самоопределения и определения «других», расслаивают общество в соответствии со своей иерархией ценностей. Появление этикетки «креативный класс» одновременно с такими этикетками, как, например, «офисный планктон» или «олигархи», совпадает с постепенным вытеснением из обихода старых добрых этикеток «интеллигенция», «рабочий класс», «буржуазия». Это обновление общественного дискурса говорит о том, что старые понятия кажутся публике неадекватными характеристикам разных агентур и отношениям между ними. Общество переходит или даже уже перешло на новую ресурсную базу, и этот переход сопровождается появлением новых агентур деятельности, вступающих друг с другом в сильно измененные отношения» [Там же].

Используемый ученым термин (*socius* – «общественный» + др.- греч. ὄνομα – «имя, название») построен по типовой структуре, о которой мы

писали выше, «атрибутивная (видовая) характеристика + оним как обозначение принадлежности к родовой категории». При этом, как и в других типах онимов последнего времени (профессионимы, идентионимы, конфессионимы и др.) имеет место выход значения термина за пределы собственных имен. А.С. Кустарев предложил следующее определение термина: «Соционим – это социальный определитель, коллективное имя, название социальной группы, используемое людьми для групповой идентификации и стигматизации» [Кустарев 2012]. Разные соционимы в разное время и в разных обществах «использовались и используются инструментально в ходе социальных конфликтов, политической борьбы, экономической конкуренции, статусной конкуренции, культурной (субкультурной) экспансии. Те или иные этикетки-соционимы становятся употребительными и, наоборот, выходят из употребления» [Кустарев 2012].

М.А. Лаппо трактует объем понятия нового термина более широко, предлагая считать соционимы особыми «свернутыми лингвокультурными текстами», которые включают в себя профессионимы, гендеронимы, религионимы и др. и обладают потенциалом для репрезентации свойств характера личности [Лаппо 2013: 46]. Однако такое расширительное истолкование термина, на наш взгляд, является излишним, поскольку затрагивает те референтные сферы, которые уже получили свое специальное терминологическое обозначение и вовсе не обязательно характеризуют социальную принадлежность индивидов. Автор включает в данную группу однословные или перифрастические соционимы, которые, будучи коллективными именами групп людей, выделяемых по разным признакам (национальность, социальный статус, род занятий, религиозная или идеологическая характеристика, возраст и др.), отражают ключевые, неключевые, второстепенные идентичности, разделение общества и объединение «своих» в определенные группы, а также восприятие имени и группы в рамках определенной лингвокультуры [Лаппо 2013: 45–46].

М.Е. Покровская также использует термин «соционимы» и предлагает включать его в более широкую группу онимов – идентифионимов: «В современном мире идентификация индивидов происходит на цивилизационном уровне, а это подразумевает комбинацию таких составляющих как цивилизация, культура, язык, религия и территория проживания. С нашей точки зрения кажется целесообразным ввести новый родовой термин для обозначения всей категории в целом, так как его как такового не существует, употребляются лишь видовые термины (*лингвонимы* и *этнонимы*). Таким термином может стать *идентифионим*, как несущий в себе интегральный признак для всех подвидов» [Покровская 2009: 7].

Более непосредственная связь с коллективными именами, определяющими группы людей на основании их социальных характеристик, характерна для определения объема понятия идентифионимов А.С. Поляковым. В разряд идентифионимов ученый предлагает включать «названия людей по ценностным установкам, менталитету и мировоззрению в целом, имущественному положению, степени социализированности, сексуальной ориентации и гендеру; возможно, даже такие характеристики, как названия людей по пищевым предпочтениям, хобби и принадлежности к субкультуре» [Поляков 2016: 156].

Т.В. Дубровская, Э.И. Юськаева дают характеристику нового термина не в связи с его составом, а на основании тех целей, с которыми данная лексика используется. Соционимы в этом случае характеризуются как «коллективные названия, которые используются для обозначения определенной социальной группы с целью ее идентификации или стигматизации», что отчасти повторяет взгляды А.С. Кустарева. «К категории социальной лексики относятся соционимы, т. е. коллективные имена для обозначения некоторой социальной группы, используемые с целью идентификации и/или стигматизации. Такие коллективные имена отражают и концептуализируют устройство общества, свидетельствуют о «заметности» социальной группы, ее важности в структуре

общества, а в случае самоидентификации – об осознании собственной отличности от других» [Дубровская, Юськаева 2022: 38].

А.М. Откидычева, несмотря на то, что использует термин «соционим» в своем диссертационном исследовании, не предлагает его определения, указывая лишь на то, что в качестве квазисинонимов можно рассматривать такие определения как «социальные номинаторы», «имена социальные», «имена коллективные», «социальная группа», «социальная общность», «объединение людей», «социальное объединение». Заметим, что в данном ряду смешиваются как понятия ономастики («имя», «коллективное имя»), так и те понятия, которые входят в состав собственно социологических наук («социальная группа», «социальное объединение», «социальная общность») [Откидычева 2013].

М.В. Смирнова-Сеславинская, К.Г. Красухин определяют соционим как «некодифицирующий термин, обозначающий социальную функцию, социальный возраст и пол» [Смирнова-Сеславинская, Красухин 2013: 67]. С точки зрения выполняемых функций характеризует соционимы Л.Н. Ребрина, указывая, что соционимы могут выполнять «интегрирующую и дифференцирующую функции, быть по-разному этически, эстетически, эмоционально нагружены в зависимости от отнесения субъекта и объекта «социального этикетирования» к группе «своих» / «чужих». Новые соционимы обозначают вновь появляющиеся на основе различных территориальных, политических, экономических, физиологических, социокультурных параметров идентичности или отражают актуализированное представление о традиционных идентичностях, выдвигая на первый план другие признаки денотата или реализуя его иную оценку [Ребрина 2023: 173]. Вполне обоснованным представляется наблюдение ученого о том, что «соционим используется преимущественно как обобщенное указание на группу субъектов, реже – как средство самопрезентации, в единичных случаях – в функции обращения» [Ребрина 2023: 180].

Чрезвычайно важным представляется характеристика роли имен соционимического характера о причинах и последствиях присвоения «этикеток» различным социальным группам, предложенная французским социологом П. Бурдьё: «Обозначение определенного класса посредством понятия оказывается, таким образом, сведенным к акту номинации, подчиняясь обычной для такого рода операций логике. Дать имя и имя уникальное индивиду или группе индивидов значит принять по отношению к ним одну из возможных точек зрения и стремиться навязать ее в качестве единственной и легитимной» [цит. по Гавриленко, Журавлева 2018: 55].

Термин «соционим» уже включен в справочно-энциклопедические издания социологического характера. Так, в словаре «Социальная педагогика» дается следующее определение: «Соционимы – факторы, которые придают своеобразие социуму и определяют социализирующее своеобразие на тех, кто входит в этот социум» [СП]. С одной стороны, попытка определения ономастического термина через его соположение с объектом внеязыковой действительности (фактором) представляется логически некорректной, с другой стороны, в дальнейшей части дефиниции прослеживается влияние самого наименования группы на ее членов, что вполне соответствует идеям П. Бурдьё о социальных именах как о своего рода «этикетках».

§ 3. Изучение социальной лексики в современной лингвистике

3.1. Лексикографическая представленность социальной лексики

В середине XX века отечественные лексикографы начали активно использовать идеографический подход в описании лексики [см. подробнее Уфимцева 1988; Кобозева 2000; Леонтьева 2013; Бабенко 2016 и др.].

Согласно Большой российской энциклопедии, идеографические словари – «словари, в которых лексический состав языка представлен в виде систематизированных групп слов, близких в смысловом отношении» [БРЭ]. В отличие от привычного, алфавитного расположения лексики в толковых,

орфографических или переводных словарях, в словарях идеографического типа был предложен новый, тематический принцип организации лексических единиц, сгруппированных по различным понятийным признакам. В основе нового подхода к лексикографированию словарного состава языка лежал «синтез теории семантического поля с принципами ономастического и семасиологического подходов к изучению лексики» [Буренкова 2008: 167]. По мере развития данной ветви лексикографии к вышеуказанным принципам систематизации и описания лексики добавились «общие достижения лингвистов в области когнитивистики» [Козырев, Черняк 2004: 126].

К числу наиболее известных русских идеографических словарей относятся: «Идеографический словарь русского языка» О.С. Баранова [Баранов 1995], «Тематический словарь русского языка» под редакцией В.В. Морковкина [Морковкин 2017], «Русский семантический словарь» под редакцией Н.Ю. Шведовой [Шведова 1998].

Тематика социальной стратификации общества, его разделения на определенные группы, также находит отражение в вышеуказанных словарях. Так, в «Русском семантическом словаре» авторы выделяют категорию «Реальные лица, люди». В составе данной категории лексика подразделяется на два подмножества: лицо, человек и совокупности лиц (собираательные имена, названия группировок, объединений людей) и «членится далее на общие обозначения и названия совокупностей лиц, характеризующихся по какому-либо признаку с последующим вычленением конечных рядов» [Шведова 1998: 61]. Подмножество «Лицо и человек» содержит следующие группы: общие обозначения; названия лица по характерным признакам; обращения. Группы «Названия лица по характерному признаку» и входящие в их состав лексические единицы автор классифицирует по разнообразным признакам: по принадлежности к расе, национальности, территории, месту жительства; по интеллектуальному, интеллектуально-эмоциональному, интеллектуально-эмоционально-физическому состоянию, свойствам, качествам и их проявлениям; по социальным свойствам, средоточию в лице

характерных социальных черт своего времени, по характерному социальному состоянию, действию, функции, по личным и общественным отношениям, связям; по профессии, специальности, роду занятий [Шведова 1998: 62].

Еще один крупный проект ученого – «Русский идеографический словарь: Мир человека и человек в окружающем его мире (80 концептов, относящихся к духовной, ментальной и материальной сферам жизни человека» [Шведова 2011], также включает в себя семантическую группу «Социальное и имущественное состояние». Данный подвид лексики репрезентируется в словаре следующими концептами социальной сферы: *неволя (арестант, военнопленный, заключённый, заложники и др.), бедность (беднота, бедняк, бедолага, безденежье, бомж, босяк и др.), богатство (барыши, богатей, буржуй, воротила, капитал, миллиардер, миллионер, нувориш, олигарх и др.), власть (анархия, барин, владыка, власть имущие, господин, диктатура, диктатура пролетариата и др.)* [Шведова 2011].

В «Идеографическом словаре русского языка» О.С. Баранова [Баранов 1995] автор также классифицирует различные объекты, процессы и явления из области общественной жизни. Словарные статьи содержат перекрестные ссылки, что позволяет проследивать семантические связи между различными лексическими единицами. Основные понятия в словаре получают развернутые определения, а другие лексемы объясняются через их включение в соответствующие статьи, тематические разделы и подразделы.

Анализируя избранный ученым алгоритм распределения лексики, Т.В. Леонтьева отмечает, что «в словаре выделены семантические группы, названия которых свидетельствуют о разнообразии объектов социальной сферы» [Леонтьева 2015: 129]. Множественность критериев, используемых при их классификации, характеризуется исследователем как «вынужденная», однако в то же время приводящая к «частичному наложению идеограмм друг на друга, например: «общество», «жизнь общества», «общественные отношения» <...> и т. д.» [Леонтьева 2015: 129]. Отметим, что такое наложение обусловлено реальным пересечением различных областей

социального устройства общества, что находит свое отражение во включении отдельных лексических единиц в нескольких подразделах одновременно.

Анализируя степень представленности социальной лексики в идеографических словарях, Т.В. Леонтьева указывает, что «идеографическая «сетка» социальной лексики в русском литературном языке на сегодняшний день не вполне разработана, только начато ее осмысление» [Леонтьева 2015: 129]. Об отсутствии в словарях «комплексного описания социальной лексики, принадлежащей разным языковым стратам и историческим периодам», говорят также А.В. Щетинина и А.Н. Блинова [Щетинина, Блинова 2017: 113], подчеркивая, что «в числе актуальных задач на повестке дня стоит разработка концепции комплексного описания социальной лексики русского языка, методики анализа социальной лексики и ее классификации, а также составление непротиворечивого идеографического описания такой лексики» [Там же].

Неудовлетворенность состоянием лексикографической представленности социальной лексики нашла свое отражение первоначально в выработке группой российских исследователей (Т.В. Леонтьева, А.В. Щетинина, М.А. Еремина) теоретико-методологических принципов идеографизации данного лексического пласта, а затем и в составлении и публикации целого ряда новейших идеографических словарей данной тематики.¹

В монографии А.В. Щетининой «Теоретико-методологические основы идеографирования социальной лексики» [Щетинина 2018] автор описывает методику сбора и анализа материала для выявления социальной лексики. Лексика, содержащая социальные семы, под которыми исследователь предлагает понимать «семантические компоненты, делающие очевидной принадлежность номинируемого объекта к сфере институционального

¹О значимости составления идеографических словарей, систематизирующих и описывающих социальную лексику, может свидетельствовать тот факт, что все издания екатеринбургских исследователей были подготовлены при финансовой поддержке Российского научного фонда (РНФ) в рамках научно-исследовательского проекта № 16-18-02075 «Русский социум в зеркале лексической семантики».

общения ('специалист', 'должностное лицо'; 'служащий', 'сотрудник'; 'власть', 'организация' и т. д.) или социального неинституционального взаимодействия ('компания', 'общение', 'репутация', 'гость' и др.)» [Щетинина 2018: 4], с помощью метода сплошной выборки извлекается из лексикографических источников разного типа (современных и исторических толковых словарей русского языка, словарей диалектов, жаргонов, энциклопедий, текстов современных средств массовой информации). Кроме того, автор определяет принадлежность слов к социальной лексике на основе анализа их контекстного окружения, выявляет новые лексемы, значения слов и коннотации, которые могут указывать на социальный компонент, и анализирует локализации социальных компонентов в структуре значения языковой единицы – в ассертивной (ядерной) или пресуппозиционной (периферийной) зоне.

А.В. Щетинина разрабатывает основы идеографического описания социальной лексики (ее разделение по тематическим группам, приёмы выделения и описания лексико-семантических полей), анализирует роль энциклопедических данных в толковании слов, особенно тех, которые обозначают понятия из сферы институциональных отношений, описывает алгоритм создания идеографической сетки, разрабатывает структуру словарной статьи и в данной фундаментальной работе демонстрирует применение предложенных принципов на материале описания двух предметно-тематических социальных сфер: «взяточничество» и «конфликт человека и власти».

В более объемном виде разработанные методологические принципы реализуются в целом ряде идеографических словарей, составленных и опубликованных группой екатеринбургских исследователей (Т.В. Леонтьева, А.В. Щетинина, М.А. Еремина), поставивших перед собой задачу дать «комплексное описание социальных номинаций в виде номинативных множеств, структурированных согласно выделенным идеограммам (в форме идеографической сетки, отражающей фрагмент социальных отношений и

представлений о них, с примерами употребления лексических репрезентантов)» [Щетинина 2017: 120]. В рамках реализации поставленных задач были изданы «Идеографический словарь русской социальной лексики: общество и человек» [Леонтьева 2018], «Идеографический словарь русской социальной лексики: государство, власть, внутренняя политика» [Щетинина 2018], «Идеографический словарь русской социальной лексики: Трудовые отношения. Традиция» [Еремина 2018].

В «Идеографическом словаре русской социальной лексики: государство, власть, внутренняя политика» [Щетинина 2018] автор использует около 50 источников, включая толковые словари, словари русских народных говоров, жаргона, исторические словари русского языка и словари, фиксирующие паремии, то есть, кроме лексических единиц нейтрального или общелитературного стиля представлена полная языковая палитра социальной лексики во всех диалектах и социолектах. Материал разделён на шесть тематических сегментов («Государственность как основа организованного общества», «Основы властных отношений в государстве», «Политика как государственно-властная сфера» и др.). Каждая идеографическая сетка внутри общей организована в виде иерархии («лесенки») идеограмм, уровни которой отражают ветви семантического подчинения между группами лексических репрезентантов.

«Идеографический словарь русской социальной лексики: общество и человек» [Леонтьева 2018] содержит «лексику и фразеологию, описывающую естественную коммуникацию в социуме, свободную от официальных способов регуляции, т.е. обозначения человека в его социальных ролях, характеристиках, отношениях, действиях, а также номинации, называющие те общественные механизмы, выработанные в вековой жизненной практике, которые оказывают влияние на самоорганизацию взаимодействия людей» [Леонтьева 2018: 6]. При отборе лексического материала автор включает «слова, имеющие разные типы значения: те, у которых социальные семы находятся в ассерции, поэтому отнесенность к социальной лексике

совершенно очевидна, например, названия профессий (*слесарь, учитель*), форм правления (*монархия, республика*), документов (*артикуль, бѣглые грамоты, приказ*), характеристики людей, участвующих в институциональных отношениях (*неблагонадежный 'вызывающий у правительства подозрение'*) и т.п., а также те, у которых социальный компонент отсутствует в ассертивной зоне, но реализуется на ближней периферии, <...>, при этом социальность номинируемого понятия может выявляться в сочетании со словами, имеющими социальные семы в ассерции, то есть описывающими отношения институционального типа, например, теми же названиями профессий, должностей» [Щетинина 2017: 216].

Так, в разделе «Человеческое общество. Общество как совокупность людей: стратификация» представлены следующие подразделы: люди; общество, совокупность людей в конкретных исторических условиях (*всенародие, государство, народ, общество* и др.), разделение общества на слои, категории (*бесклассовый, расслоение, класс, корпорация, страта* и др.); высший слой, привилегированные лица (*аристократия, белая кость, золотая молодежь* и др.); человек, люди, не принадлежащие к высшему обществу: средний и низший класс (*черная кость, челядь, третье сословие* и др.) [Леонтьева 2018].

В «Идеографическом словаре русской социальной лексики: Трудовые отношения. Традиция» [Еремина 2018] автор использует около 30 источников, среди которых толковые словари, словари жаргона, словари русских народных говоров, исторические словари русского языка, разрабатывает идеографическую сетку для каждого сегмента словаря, которая представляет собой идеограммы с отражением семантических связей между лексическими репрезентантами, анализирует лексико-семантический материал с учётом не только логических, но и словообразовательных связей. Словарь разделён на сегменты, каждый из которых посвящён определённой теме («Организация труда», «Эффективность труда», «Отношения в трудовом коллективе», «Наём-увольнение работников», «Оплата труда» и др.).

Подводя итог описанию представленности социальной лексики и интересующих нас соционимов в составе уже существующих идеографических словарей, следует подчеркнуть, что ни в одном из них имена социальные, т.е. номинации объединений людей по различным социальным признакам, не представлены в их полном составе. Хотя в третий том «Русского семантического словаря» под ред. Н.Ю. Шведовой входит подраздел «Социальный уклад. Материальное состояние» и «Социальные устои, право, закон» (см. подробнее: [Шведова 1998: 479–488], однако целевая установка ученых включать в данный словарь исключительно имена существительные с абстрактным значением исключает наличие слов, именующих названия социальных объединений.

В «Идеографическом словаре русского языка» О.С. Баранова в небольшом объеме представлены соционимические единицы, номинирующие социально-экономическое устройство общества (*общественный строй, рабовладельчество, феодализм, капитализм, империализм, менеджеризм, социализм, коммунизм*), партии и социалистические течение (*социал-демократ, марксист, лейборизм, лейборист, анархист, эсер, социал-революционер* и т.п.). Категория «группа людей» представлена лексемами: *люди, публика массы (народные), предки, армия (безработных), выпуск (прошлогодний), курс, кадры, костяк (организации), штат, персонал, агентура*.

В словарь А.В. Щетининой, в первую очередь, в раздел «Государственность как основа организованного общества» входят слова-наименования социально-экономического устройства общества в различные периоды его существования (*первобытно-общинный строй, рабовладельческий строй, феодализм, капитализм, социализм, индустриальное общество, империализм* и т.п.), формы правления (*монархия, абсолютизм, авторитаризм*), названия людей по их принадлежности к социальным слоям или классам представлен лишь выборочно (*вольноотпущенники, капиталист, феодал, крепостной, магнат, раб,*

рабовладелец, холоп, холопство и т.п.). В то же время современные номинации, такие как, к примеру, *средний* или *креативный класс*, в словаре отсутствуют.

В наиболее полном составе соционимические единицы представлены в охарактеризованном нами выше словаре Т.В. Леонтьевой [Леонтьева 2018], в разделе «Человеческое общество. Общество как совокупность людей: стратификация». В соответствии с избранным принципом идеографирования словарь включает в себя как предметную, так и признаковую лексику, относящуюся к типам общества (*бесклассовое, доклассовое, коммунистическое, средний, высший класс, привилегированное, непривилегированное*); характерные для общества процессы социального плана (*расслоение, утрата социальной идентификации*); наименования социальных страт (*аристократия, белая кость, золотая молодежь, черная кость, челядь, третье сословие* и др.), названия институциональных или бизнес-объединений (*корпорация, товарищество, коллектив, мафия*).

3.2. Основные подходы к изучению социальной лексики

В рамках изучения социальной лексики одним из важнейших методологических вопросов является определение тех семантических критериев, на основе которых должно происходить выявление лексических единиц, номинирующих лица или группы лиц. Чаще всего к ним относят соотнесенность семантики слова с социальным статусом и социальной ролью. Г.А. Воеводина указывает, что в семантическую группу слов входят наименования лиц, которые «обладают разным социальным статусом или исполняют разные социальные роли» [Воеводина 2010: 468]. Объем значения термина «социальный статус» раскрывает Л.П. Крысин, описывающий его как «соотносительную (по оси «выше – ниже») позицию в социальной системе, определяемую по ряду признаков, специфичных для данной системы. Статус

отвечает на вопрос: «кто он?», роль – на вопрос: «что он делает?» [Крысин 2021: 121].

Представленное выше разграничение является мотивированным и рациональным, поскольку позволяет выделить номинации лица на основе его социальной принадлежности, например, *аристократ*, *мещанин* и т.п. (кто он?), и в то же время предполагает определенную поведенческую модель, характерную для представителей данной социальной группы. В то же время необходимо учитывать взаимосвязь и взаимодействие этих двух составляющих, поскольку, с одной стороны, социальная роль – это модель поведения, ожидаемая от человека или группы людей в соответствии с их статусом, с другой стороны, модель поведения представляет собой динамическую составляющую статусного позиционирования человека. Неслучайно В.И. Карасик указывает, что социальный статус в современной лингвистике представляет собой «сквозное понятие», которое по-разному изучается в различных языковедческих дисциплинах (лингвокультурологии, этнолингвистике, когнитивной лингвистике и т.п.), однако имеет единую природу и объединяет «понятийные системы социолингвистики и лингвистической семантики на базе прагматики» [Карасик 2002: 5–6].

Данная позиция во многом соответствует признанному в последние годы в социологии интегральному подходу к объему понятий социального статуса и социальной роли. Как указывают В.В. Радаев, О.И. Шкаратан «социальная роль – это социальная функция, модель поведения, объективно заданная социальной позицией личности в системе общественных или межличностных отношений» [Радаев, Шкаратан 1995: 13].

Сложность структурной организации социального статуса отчетливее всего проявляется в рамках когнитивного анализа данного понятия. Изучая способы категоризации социального статуса человека в языке, О.В. Доброходова выделяет следующие характеристики содержательной структуры концепта: иерархичность (отражает положение в общественной иерархии, например, концепт «социальный класс»), шкалирование

(показывает степень продвижения в социальной иерархии, например, *богатые-бедные, супербогатый, обеспеченный, нуждающийся*), релятивность (основана на сравнении социальных показателей), детерминированность прав и обязанностей (связана с традициями и обычаями), временная соотнесенность (отражает изменения в системе стратификации), приобретаемость (роль человека в достижении положения) и предписанность (возможность наследования статуса). Особое внимание автор уделяет связи социального статуса и присущих ему атрибутов, к которым относит: место работы, квалификацию, источники и размер дохода, стиль жизни, включающий тип жилища, досуг, вкусы и предпочтения [Доброходова 2012].

В рамках семантического подхода к изучению номинаций данного типа предлагается выделять соответствующую сему, которая получает название «статусной» [см. подробнее Полуэктова 2015; Подьякова 2013; Марьянчик 2010; Кобозева 2000]. Т.Д. Подьякова описывает значение данного термина как «минимальную часть лексического значения, отображающую позицию референта в социальном пространстве относительно других субъектов (выше, ниже, на равных позициях) с точки зрения различных признаков (экономических, профессиональных, этнических и др.)» [Подьякова 2013: 46]. Исследователь указывает, что статусные семы могут быть эксплицитными и имплицитными, входить в денотативный или коннотативный компонент и становиться основой для развития оценочно-экспрессивных значений слов с соответствующей семантикой.

Заметим, что второй признак социальной лексики – роль – не получает наименования «ролевой» или «социально-ролевой» семы, что можно, на наш взгляд, объяснить подчиненностью роли статусу, а также многообразием ролевых моделей в рамках принадлежности индивида или группы людей к единой статусной группе.

Анализ различных номинаций с социально-статусной семой в их составе, как правило, проводится на основании бинарных оппозиций. Например, М.В. Баматгиреева, рассматривая лексические единицы,

вербализующие общность людей, выделяет следующие основания: *неопределенное – определенное* количество людей; *знатные – незнатные, состоятельные и не имеющие средств к существованию, занимающие значительное – незначительное, привилегированное – непривилегированное положение в обществе* [Баматгиреева 2010: 6]. Выявляя особенности реализации понятия общность в паремиях, автор выстраивает оппозиции: *богатство – бедность; ум – глупость; правда – ложь; добро – зло; жизнь – смерть* [Баматгиреева 2010: 6].

Данная парадигматическая организация лексики с социальной семой в составе их значения обусловлена экстралингвистическими факторами, а именно, – существующим в рамках любого государственного устройства социального неравенства. Отраженное в лексике иерархическое устройство общества закрепляется на вербальном уровне и становится основой для актуализации лингвосемиотических оппозиций: «выше – ниже», «свой – чужой», «много – мало», «хорошо – плохо» и др. [Мирошниченко 2019].

В русле лексической семантики осуществляют свой анализ социальной лексики представители екатеринбургской школы лексической семантики: Т.В. Леонтьева, А.В. Щетинина, А.Н. Блинова и др. О значимости работ, которые предпринимают данные ученые как для выработки теоретико-методологических основ анализа социальной лексики, так и ее лексикографирования, может свидетельствовать проведение исследования при финансовой поддержке Российского научного фонда (РНФ) в рамках научно-исследовательского проекта № 16-18-02075 «Русский социум в зеркале лексической семантики».

Ученые предлагают выделять в качестве основного критерия принадлежности к социальной лексике наличие «социальной семы», под которой понимают «семантические компоненты, делающие очевидной принадлежность номинируемого объекта к сфере институционального общения (‘специалист’, ‘должностное лицо’; ‘служащий’, ‘сотрудник’; ‘власть’, ‘организация’ и т. д.) или социального неинституционального

взаимодействия ('компания', 'общение', 'репутация', 'гость' и др.)» [Щетинина 2018: 4]. Процесс выявления данной семы предлагается не ограничивать только ее эксплицитным наличием в словарных дефинициях соответствующих слов, но и ее имплицитным присутствием в различного типа контекстах. В качестве основных единиц категориально-понятийного аппарата исследователи используют термины «пресуппозицию» и «ассерцию», которые были заимствованы лингвистами из области логики и в русском языкознании получили развитие в трудах по лексической семантике (В.А. Звегинцев, Ю.Д. Апресян, Е.В. Падучева, М.А. Кронгауз и др.). Если ассерция присутствует явным образом в значении слова, то с помощью термина «пресуппозиции» вербализуются скрытые, не выраженные явно в речи смыслы.

Предлагаемая исследователями дефиниция социальной лексики также строится с учетом ассертивной и пресуппозиционной части семантики. Данный лексический пласт определяется как «совокупность языковых единиц, называющих явления, события, процессы, отношения, предметы, людей и их объединения, значения которых в ассерции и / или пресуппозиции содержат социально маркированные семы, то есть смысловые компоненты, указывающие на значимость номинируемых объектов или их качеств для общества, отдельной социальной группы или человека как единицы общества» [Щетинина 2016: 161]. Подобный подход к выявлению социальной лексики значительным образом расширяет ее состав.

Так, если существительное *маткапитал* (*материнский капитал*) содержит сему в ассертивной области, поскольку «ядро данной семантемы представлено интегральной семой 'мера государственной поддержки', которая маркирует языковую единицу как лексему с социальной институциональной семантикой» [Щетинина 2024: 151], то, к примеру, прилагательное «бесшовный» не имеет в своей семантике прямых институциональных сем, однако в пресуппозиции способно приобретать социальные коннотации, например, в таких сочетаниях, как *бесшовное*

обучение. В данном контексте слово демонстрирует приобретение социальной семы через пресуппозиционную зону при сохранении первичных ассертивных характеристик [Там же].

Основанный на тех же методологических основаниях анализ социальной лексики проводится руководителем грантовых исследований, профессора Т.В. Леонтьевой. Ученый выделяет социально-регулятивный компонент значения, который «может быть частью сигнификата или представлять собой коннотацию, поэтому при формировании семантического поля социальной лексики может быть использован принцип объединения не только лексем, в которых семантический элемент, составляющий критерий формирования поля, заключен в ассертивной части значения, но и лексем, в которых этот элемент представлен в пресуппозиционной части значения» [Леонтьева 2015: 131]. Например, существительное «обычай» и его синонимы обозначают «особенность организации жизни социальной группы, то есть норму, которая регулирует жизнь людей в обществе, следовательно, социально-регулятивный смысл содержится в сигнификативной части значения таких слов <...> в свою очередь, в номинациях *очестливый гость*, *огостить*, реализующих в русских говорах идеограммы ‘скромный гость’ и ‘побывав в гостях, оставить грязь и беспорядок’ посредством сопровождающих основной набор сем коннотаций, выражающих одобрительную или неодобрительную оценку, актуализируется представление о правилах поведения в гостях, иначе говоря, социально-регулятивные смыслы присутствуют в пресуппозиционной – прагматической – части значения» [Там же].

Ряд работ в области выявления и теоретического описания социальной лексики нацелен на сравнительно-исторический анализ номинаций в диахронической перспективе. Н.Г. Благова не без оснований именует анализируемый лексический пласт как терминологический и изучает развитие «наименований сословий (социальных групп) <...> по русским правовым памятникам от Русской Правды до Уложения царя Алексея Михайловича 1649 года» [Благова 2007: 8]. В качестве экстралингвистических факторов,

обусловивших появление сословных различий в русском государстве автор, вслед за историком В.О. Ключевским, выделяет «экономические положения», объективированные в юридически закреплённом неравенстве» [Ключевский 1989: 263]. Анализ хронологии возникновения различных номинаций социальных групп приводит автора к выводу о том, что первоначально появляются отдельные обозначения социальных различий и только после этого образуется гипероним «сословие», который впервые фиксируется в памятниках XV – XVI вв. со значениями «круг, сообщество», «скопище», «собрание, список, перечень» [СлРЯ XI – XVII вв.].

Кроме существительных, обозначающих отдельные социальные группы (*гость, жилец, сиделец, ремесленник, откупщики* и др.), в данный период активно использовались атрибутивные сочетания, относящиеся к слову человек/люди: *боярский, дворовый, торговый, мастеровой, посадский, приказный, служилый, работный, тяглый* и др. Как указывал В.О. Ключевский, в целом, общество эпохи Московской Руси «дробилось на множество иерархических разрядов с незаметными отличительными чертами» [Ключевский 1989: 121], при этом регулярно воспроизводимой моделью образования номинаций различных сословий являлось сочетание гиперонима «люди» с характеризующими их прилагательными.

Е.В. Шаповаленко провел исследование словообразовательных номинаций социальных групп на материале правовых памятников XI–XIX вв. Автор установил, что в период Древней Руси преобладали однословные номинации с прозрачной внутренней формой (например: *князь мужь, людин*), в XVII веке доминировали атрибутивные сочетания с существительным *люди* (например: *дворовые люди, приказные люди, тяглые люди* и др.), а в XVIII–XIX веках использовалась система собирательных существительных с суффиксом *–ств(о)* (*дворянство, духовенство* и др.), отражающая институционализацию сословной структуры общества [Шаповаленко 2026].

Интерес представляют также работы, посвященные анализу отдельных номинаций сословных образований в русском языке. Так, Г.А. Заварзина

избирает в качестве объекта своего анализа семантические и прагматические преобразования, происходившие с лексемой «чиновник» в русском языке досоветского, советского и новейшего периодов. В результате использования целого комплекса методов лингвистического анализа автор выявляет «разрушение идеологизированных предметно-понятийных сем, обусловленных идеологией советской эпохи, расширение парадигматических и синтагматических связей, <...> и устойчивость пейоративно-оценочной коннотации» [Заварзина 2021: 155]. В работе также отмечается, что такие номинации, как «государственный служащий», «управленец», «бюрократ», «функционер» входят в лексико-семантическое поле «чиновничество», находящееся в процессе активного динамического развития» [Там же].

Если эволюционная семантика социальной лексики часто становится объектом анализа, то способы ее образования гораздо реже находятся в фокусе внимания исследователей. Однако пересечение лексики с социальной семой в ее значении с общественно-политической лексикой (ОПЛ), вхождение отдельных ее лексем в данное ЛСП, дает нам основания для предположений об определенном сходстве способов образования данных лексических пластов. Как отмечает Г.М. Ярмаркина, «номинации лиц по социальному положению соотносятся с группой общественно-политической лексики <...>, однако не тождественны ей, поскольку социальное положение включает в себя не только понятие социального статуса, но и понятие социальной роли» [Ярмаркина 2019: 629].

Изучению ОПЛ посвящено значительное количество трудов, среди которых для нашего исследования особое значение имеют статьи, описывающие те процессы, которые произошли в лексическом составе ОПЛ с начала 90-х гг. в силу радикальных общественно-экономических трансформаций общества [Негматова 2023; Бессонова 2014; Загоровская, Есмеев 2008; Селищев 2003 и др.]. Большинство исследователей указывают в качестве преобладающей техники пополнения ОПЛ заимствований из английского языка. Как указывает В.В. Шмелькова, «Регулярные

заимствования из других языков заполняли образовавшиеся в языке лакуны, связанные с переходом страны на новую систему общественно-политических и экономических отношений, тесную связь экономики с политикой, со сменой идеологических установок, с некоторыми изменениями в быту» [Шмелькова 2010: 65].

Кроме внешних заимствований, существуют отдельные примеры заимствования из внутренних ресурсов языка, сохраняющие номинации власти советского периода (*комитет, комиссия, председатель* и др.) или возвращающие в русский язык слова, существовавшие до 1917 года (*дума, губернатор, казначей* и др.) [Там же]. Если процесс утраты ОПЛ советского периода характеризуется его депрециацией (обесцениванием), о чем свидетельствует появление таких наименований как *Номo soveticus, совдения, совок* [см. подробнее Бубнова 2021; Адясова 2015; Гудков 2007], то ОПЛ дореволюционного периода не только подвергается деархаизации, но и позитивной реаксиологизации [см. подробнее Харченко 2023; Шмелькова 2009]. По словам М.М. Харченко, «возвращённые слова отражают определённый пласт духовной культурной традиции и сознания русского народа и являются нейтральными лексическими единицами в современном языковом коммуникативном пространстве» [Харченко 2023: 740].

Образование новых единиц в составе ОПЛ изучаются также с точки зрения продуктивности используемых словообразовательных моделей. Количественный анализ, выполненный различными исследователями, показал, что самым продуктивным в процессе образования ОПЛ является аффиксация с преобладанием префиксального способа. По наблюдениям Ж.О. Сагындыковой, «префиксация новой ОПЛ в русском языке в процентном соотношении несколько превышает суффиксацию», при этом отмечается, что иноязычные препозитивные компоненты типа *анти-, де-, контр-, супер-, ультра-, экс-* присоединяются к русским основам и выполняют роль префиксов. К числу самых продуктивных при образовании лексических

единиц общеполитической проблематики автор относит префикс *анти-*, *меж-*; *ультра-*; *псевдо-*; *экс-*» [Сагындыкова 2011:181].

Кроме аффиксации, к продуктивным способам образования новых слов общественно-политической сферы Е.А. Лебедевич предлагает относить словосложение, приводя такие примеры, как *страна-изгой*, *министры-силовики* и др., а также аббревиацию различного типа, например: звуковые – *СМИ*, *ФСБ*, *ЦИК* и др; буквенные – *КПРФ*, *ЛДПР*, *СНГ* и др.; буквенно-звуковые – *ГИБДД*, *ЕГЭ*, *СНИЛС*; слоговые: *избирком* <*избирательный* + *комитет*; слогово-словные: *Генпрокуратура* <*генеральная* + *прокуратура*; *Госуслуги* < *государственные* + *услуги*. *Роспотребнадзор* <*Российский потребительский надзор* [Лебедевич 2023: 87].

Заметим, что, приводя примеры, автор достаточно широко трактует понятие общественно-политической лексики, причисляя к ней также лексику из области экономики, образования, социальной политики и т.п. Отнесение данных лексем к области ОПЛ представляется оправданным, поскольку «с течением времени данное поле расширяет границы, вбирая в себя лексемы, обозначающие социально значимые реалии (терминология политтехнологий, наименования политических партий, экономическая и религиозная терминология, технические, культурологические, социологические и иные термины)» [Ярмаркина 2019: 629].

3.3. Основные подходы к изучению соционимов

Если общественно-политическая, экономическая и в меньшей степени социальная лексика изучены достаточно подробно, то работ, которые эксплицитным образом заявляют направленность на изучение соционимов, в российской лингвистике очень небольшое количество (всего 21 публикация в базе данных *elibrary.ru* по запросу «соционим»). Данный факт мы связываем с незакрепленностью нового термина в понятийно-категориальном аппарате лексикологии и ономастики, с одной стороны, и с вхождением

соционимических единиц в состав более широких лексических группировок, с другой. Однако активное использование данного термина в работах социологической, экономической и политической направленности (430 статей в базе данных elibrary.ru) может служить доказательством востребованности его автономного выделения и использования также в лингвистике.

В данном параграфе мы рассматриваем основные принципы изучения номинаций – социальных объединений людей на материале лингвистических работ, эксплицитным образом содержащих термин «соционим». В первую очередь, это диссертационное исследование А.М. Откидычевой, посвященное лингвосемантическому описанию особенностей образования и функционирования имен социальных групп на материале немецкого языка [Откидычева 2013]. В фокусе внимания автора работы находятся закономерности лексико-семантических и социопрагматических трансформаций в составе анализируемой лексики, задающие вектор их перемещения из одной референтной группы в другую. Описывая критерии выбора анализируемой лексики, А.М. Откидычева указывает на необходимость присутствия в семантике «специальной пометы коллективности или слова, подразумевающего тот или иной тип объединения людей» [Откидычева 2013: 6]. Основными параметрами поиска лексических единиц по толковым словарям было наличие в толковании единицы таких смысловых компонентов (сем), как «группа», «корпорация», «общность», «объединение» и «совместное пребывание». Выполненный компонентный анализ отобранных лексем в хронологической перспективе позволил автору выявить изменения в их семном составе.

В качестве основных способов и средств номинации социальных объединений людей в немецком языке А.М. Откидычева выделяет грамматические средства (множественное число существительных, субстантивация прилагательных и причастий), словообразовательные (имена собирательные, суффиксы и полусуффиксы социогенного типа) и семантические (метафорический перенос, заимствования и развитие

значения). Семантическая деривация, по данным анализа, представлена преимущественно сужением или расширением семантики, а также ухудшением (пейорацией) или улучшением (мелиорацией) значения слова. В основе расширения значения соционимических единиц как регулярного способа образования соционимов в немецком языке чаще всего лежит процесс метонимизации.

Внимания заслуживает также введение исследователем термина «номинативное гнездо» по аналогии с терминами «словообразовательное гнездо» и «номинативное поле», под которым понимается «совокупность языковых средств, объективирующих <...> концепт в определенный период развития общества» [Попова, Стернин 2007: 47]. Примечательно, что критерием выбора единиц – членов номинативного гнезда – является наличие у членов социальной группы «общего поведенческого фрейма» [Откидычева 2013: 82]. Кроме выводов чисто лингвистического характера, в работе делаются заключения о выполнении членами номинативных гнезд и отдельными соционимами проективной социопрагматической функции, заключающейся в том, что наименования объединений людей являются «не только итогом изменений в обществе, но и способны направлять их» [Откидычева 2013: 49].

М.А. Лаппо в монографии посвящает отдельный параграф описанию основных тематических групп соционимов [Лаппо 2013: 88–95]. Опираясь на систематизацию лексики в «Русском семантическом словаре» под ред. Н.Ю. Шведовой [Шведова 1998] и «Большом толковом словаре русских существительных» под ред. Л.Г. Бабенко [Бабенко 2005], а также на труды различных ученых в области психологии, автор выделяет целый ряд денотативных сфер, в границах которых происходит человеческая идентификация или самоидентификация. К ним относятся: «половая, сексуальная, гендерная, этническая, национальная, религиозная, возрастная, профессиональная, социокультурная, гражданская, социальная, и культурная идентичности» [Лаппо 2013: 90]. Ученый справедливо замечает, что

«понятие «социальный» гораздо шире, чем понятие «профессиональный», так как включает в себя и территориальный, и возрастной, и семейный компонент» [Там же].

Интерес для нашего исследования представляет также выделение М.А. Щербаковым [Щербаков 1998] семи уровней самоидентификации: социально-профессионального, семейно-кланового, национально-территориального, религиозно-идеологического, эволюционно-видового, полового и духовного. Как можно заметить, эти уровни в значительной степени пересекаются с предыдущей классификацией. Так, социально-профессиональный уровень самоидентификации соотносится с группой соционимов, обозначающих профессиональную принадлежность; семейно-клановый уровень находит отражение в лексике, связанной с семейными и родовыми ролями и отношениями, национально-территориальный уровень коррелирует с соционимами, указывающими на этническую и территориальную принадлежность индивида и т.д.

В этом пересечении находит свое отражение тот факт, что процессы идентификации и самоидентификации всегда многогранны, в связи с чем представляется релевантным говорить о том, что группа лексических единиц данного поля, в том числе и социальные характеристики людей, представляют собой так называемые «нечеткие лингвистические множества». Данное понятие было заимствовано лингвистикой из математики [Заде 1976] и введено в терминооборот американскими когнитивистами Дж. Лакоффом [Лакофф 2004] и Э. Рош в предложенной ею теории прототипа [Rosch 1978]. Если в классическом понимании множества любой его член должен либо входить в его состав, либо находиться за его границами, то «в случае размытых множеств допускается различные типы пересечений» [Лакофф 2004: 40]. Это положение в полной мере релевантно для тематической сферы соционимов, в рамках которой «признаками нечеткости лингвистического множества являются включение одной языковой единицы в разные семантические

категории <...> и признак относительности одного элемента по сравнению с другим» [Лаппо 2013: 104].

Оригинальный параметр, который явным образом свидетельствует о размытости соционимических обозначений, предлагается в работе Л.Н. Ребриной и Е.С. Чукиной [Ребрина, Чукина 2023]. Авторы исследуют лексические средства, обозначающие некоторые социальные объединения с точки зрения «успешности/неуспешности» входящих в их состав представителей. С одной стороны, выделение данного критерия представляется не совсем оправданным в связи с его размытостью, с другой стороны, сложно отрицать важность указанного параметра как отражающего ведущую современную идеологию, транслируемую из американской системы ценностей [см. подробнее Попова 2019].

Выявление соционимов на основе критерия успешности проводится в работе вышеуказанных исследователей на материале немецкого языка, при этом в фокусе внимания ученых находится «креативная реакция носителей немецкого языка на процессы и результаты социальной дифференциации» [Ребрина, Чукина 2023: 48], выражающаяся в пополнении соционимов неузualmente новообразованиями. Например, ЛЕ *C-Promi*, *D-Promi*, *Z-Promi*, второй компонент которых представляет собой результат усечения конечной части слова (апокопы) от существительного *Prominente* (выдающийся); графиксированная единица *1337er* / *1337ler*, возникшая в немецком «язык элиты» («leetspeak») [см. подробнее Ребрина, Чукина 2023: 48–51].

В других работах Л.Н. Ребриной в качестве критерия принадлежности номинаций к области отдельных тематических сфер выделяются оппозиции *бедный – богатый*, *местный – пришлый*, *активный – пассивный*. Устанавливается, что в немецком языке материальный и территориальный параметры являются важными основаниями для дифференциации социального пространства. К регулярным способам образования неологизмов данной группы относятся словосложение и суффиксация, к неузualmente

способам – лексикализация аббревиатур, соположение и субституция [Ребрина 2023].

Другие авторы работ по соционимам рассматривают различные аспекты их образования в языке и функционирования на материале различных языков и конкретных лексических единиц. Так, Т.В. Дубровская и Э.И. Юськаева анализируют семантику и особенности функционирования американизма “yuppie” (яппи) и его дериватов в медиатекстах. Особое внимание уделяется процессу образования от данного слова богатого ряда производных единиц различного типа (*yuppieish*, *yuppiedom*, *deyuppiefy*, *yuppiefication*, *Yupmobile*, *pre-yuppie*; *proto-yuppie*, *anti-yuppie*) в язык [Дубровская, Юськаева 2022].

А.А. Макарова и Ю.Б. Попова рассматривают мотивологические, ономаσιологические характеристики зооморфных обозначений отдельных групп жителей русского Севера, обращая внимание на их коллективные прозвища, образованные по зооморфной модели [Макарова, Попова 2020]. Ф. Мицзители включает в объект своего анализа группы перифрастических соционимов, обращая особое внимание на ЛЕ, обозначающие группы людей науки, военнослужащих, представителей бизнеса и политической системы [Мицзители 2020].

И.А. Меркулова изучает разговорные соционимы с негативной окраской, предлагая для их обозначения термин «социофолизмы», по аналогии с термином «этнофолизмы»². Рассматриваемые группы связаны с различными социальными признаками: политическими взглядами (*демишиза*, *путиноид*, *навальноид*, *этастранец*, *поравалитик*), гендерными и возрастными признаками (*курица*, *овуляшка*, *беременяшка*), профессиональной принадлежностью (*офисный планктон*, *менеджер*, *дизигнер*), религиозными убеждениями (*православнутые*, *православие головного мозга*)

²Данный термин (ethnophaulism) принят в западной традиции для обозначения номинативных средств с оттенком этнической нетерпимости и предубеждения к другим народам. В то время как в русской лингвистической традиции применяются термины: прозвищные этнонимы (Е. Л. Березович, Д. П. Гулик), пейоративные/экспрессивные псевдоэтнонимы (А. С. Архипова), экспрессивные этнонимы (А. И. Грищенко, Н. А. Николина) и др. [см. подробнее Коробкова 2009].

и т.п. [Меркулова 2023]. На способ образования соционимов и их оценочную коннотацию обращает также внимание Л.Н. Ребрина [Ребрина 2023]. Материалом для комплексного анализа становятся преимущественно коллоквиальные образования со значением социальных групп, выделяемые на основе критерия «центр – периферия»; «свои – чужие» (*МКАДовец, понаех*); «богатые – бедные» (*форбсовец, прекариат, мротовец*), а также группы соционимов, выделяемых на основе общих ценностных ориентаций и стиля жизни (*якки, хикки, слоулайфер*).

Рассмотрению способов образования новейших терминологических единиц со значением социальных страт *когнитариат, салиариат, прекариат* посвящена работа Т.М. Шкапенко и Е.Н. Стрельчук. Исследователи выявляют, что в основе изобретения англо-американскими социологами данных новообразований «лежат две базовые модели: аффиксальная, присущая акту словообразования терминов «*salariat*», «*precariat*», и блендинговая, характерная для образования термина «*cognitariat*» [Шкапенко, Стрельчук 2025: 433]. При этом авторы обращают внимание на важность выбора релевантных ономаσιологических признаков для успешного акта терминопроизводства. Если использование в качестве основы номинации денотативных признаков со значением рода деятельности или вида заработков (*cognitive* → *cognitariat*; *salary* → *salariat*) обеспечивает необходимую для терминов прозрачность внутренней формы, то ономаσιологический признак нестабильности (*precarious* → *precariat*) вызывает разночтения в процессе декодирования значения слова. Критерий нестабильности является настолько субъективным и динамичным, что основанный на нем термин «прекариат» еще более усиливает нечеткость лингвистического множества, характерную в целом для группы социальных единиц.

Изучению функционально-семантических и деривационных особенностей соционима *прекариат* посвящена также статья Л.Н. Ребриной [Ребрина 2025]. В ней описываются различные дериваты, входящее в гнездо соционима *прекарный* (*прекариат, прекарность, прекаризация*), особенности

их синтагматики и контекстуальной коннотации. Обращается внимание на то, что прилагательное *прекарный* сочетается с существительными, обозначающими объекты и отношения в сфере труда (*труд, работа, занятость*), и приобретает в контексте негативные коннотации. В то же время существительное *прекариат* характеризуется посредством отрицания чего-то важного (*без стабильного жалованья, без стабильности и предсказуемости*) и противопоставления прекариата «традиционно занятым» [Ребрина 2025].

Таким образом, работы, непосредственным образом относящиеся к полю исследований соционимов, направлены на установление критериев выделения соционимов из общего состава социальной лексики, выявление особенностей их семантики и прагматики, способов возникновения данных единиц в языке и их словообразовательной продуктивности, а также специфики функционирования в различных типах дискурса.

Выводы

Социальная система представляет собой многоуровневую и сложную структуру, в основе которой находятся организованные социальные образования: группы, общности, организации и институты. Динамическое развитие общества приводит к возникновению новых форм социальных объединений, что отражается в эволюции наименований социальных групп. Необходимость присвоения наименований новым типам организации людей в период создания в России рыночной экономики повлекла за собой возникновение целого ряда новых номинативных единиц, так называемых имен «социальных», «коллективных», или соционимов.

В контексте социальных преобразований особое значение приобретает термин «страта», который получил широкое распространение в российской социологии и политологии в связи с переходом России к организации общества на основе принципов, предложенных и апробированных странами западного мира. Изначально термин использовался в социологических дисциплинах для обозначения социально однородного образования людей, занимающих определённое положение в социальной иерархии.

В настоящее время термин «страта» является междисциплинарным и имеет общее значение определенной части или пласта общей структуры, отличающейся относительной гомогенностью. В рамках социологии под стратой понимается слой или группа людей, объединенных общим социальным признаком. Лингвистическое определение термина «страта» всегда связано с понятием социолекта, в рамках которого различные языковые или речевые феномены рассматриваются как объединяющий группу признак.

Термин «соционимы» до сих пор не получил широкого признания в лингвистике. Это обусловлено, с одной стороны, необходимостью расширенного употребления родового понятия «онимы» в его традиционном смысле «имени собственного, или проприального», с другой стороны, функционированием смежных терминов с более широкой семантикой

(общественно-политическая лексика, имена коллективной идентификации (*nomina collective*), *homo socialis*, имена социальных групп или социальной общности, социальные номинаторы).

Введение термина «соционимы» представляется нам оправданным существованием таких терминов как «профессионимы» или «конфессионимы», в которых *оним* уже получил расширенную интерпретацию «общего наименования», с другой стороны, экстралингвистическими факторами – необходимостью изучения имен социальных групп людей в рамках все более усложняющейся структуры общества.

Выявление социальных страт в современном обществе базируется на работах российских исследователей, которые используют в своих работах методику веберовского многомерного подхода – стратификационную триаду (собственность, престиж, власть), варьируя данные критерии или добавляя другие признаки, более релевантные по отношению к социуму Российской Федерации.

В рамках изучения лексики с социальной семантикой выделяется несколько основных подходов: функционально-семантический, полевой, ономаσιологический, фреймовый и др. Выявление единиц данного лексического пласта происходит преимущественно по принципу обнаружения в семантике социальной или социально-статусной семы. Используемый екатеринбургской школой подход к выявлению социальной семы в ассерции и в презумпции результирует включением в состав социальной лексики чрезвычайно широкого пласта лексики. В связи с этим более релевантным для целей нашей работы представляется обнаружение соционимов по наличию социальной семы «объединения, общности людей» в ассерции (в словарной дефиниции слова).

С когнитивной точки зрения соционимы могут быть охарактеризованы как пример «нечеткого лингвистического множества», поскольку в соответствующую им референцию могут входить представители различных

социальных групп. Кроме того, члены одного и того же социального объединения могут характеризоваться по различным основаниям или критериям, что может вызывать появление многочисленных номинаций одной и той же социальной группы.

С учетом множественности критериев стратификации социума в данной работе предлагается использовать следующие принципы отбора лексики: номинации социальных групп, построенные на интегративном критерии (нация, народ, население, соотечественники и т.п.) не входят в фокус нашего внимания, как и номинации, основанные на критерии этнической принадлежности. В фокусе нашего внимания оказываются соционимы, основанные на традиционных в социологии критериях (власть, богатство, престиж), а также на новых критериях, выявляемых в процессе анализа медиадискурса.

При анализе номинаций социальных страт важным является учет следующих характеристик: иерархичность (положение группы в общественной иерархии); релятивность и шкалирование (сравнение показателей и установления на этой основе уровня в рамках иерархии внутри единой социальной группы); типовая модель поведения, характерная для членов определенных групп; приобретаемость или предписанность (личное достижение уровня или возможность наследования статуса), а также временная или пространственная локализация (принадлежность к поколению, место проживания).

Глава II. КЛАССИФИКАЦИОННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ СОЦИОНИМОВ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ

§ 1. Тематическая классификация соционимов

1.1. Соционимы, основанные на критерии экономической дифференциации

Экономический (финансовый) критерий во все предшествующие эпохи являлся основным индикатором социальной дифференциации общества и разделения его на социальные группы. Единственным исключением в этой естественным образом складывающейся градации являлась эпоха СССР, государства, декларировавшего построение бесклассового общества, в котором нет эксплуататоров и эксплуатируемых, а объявленная первоначально «диктатура пролетариата» как условие уничтожения привилегированного слоя богатых постепенно превращалась в «союз рабочего класса, крестьянства и интеллигенции», в новую форму общности – советский народ.

Переход к новой, основанной на частной собственности системе устройства государства и общества в начале 90-х гг., привел к радикальной его трансформации, получившей языковую объективацию в новых формах соционимов. Возникшие на собственной языковой почве неформальные номинации этого периода соседствуют с транслируемыми из английского языка обозначениями социальных групп. Заимствованная лексика этого периода включает в себя как слова или сочетания, идентифицирующие новые, обогащающиеся слои населения, например, «средний класс» (англ. middle class), бизнес, бизнес-сообщество, бизнес-круги, так и лексические единицы, обозначающие новые формы организации/институализации создаваемого в России по западным лекалам бизнеса (корпорации, фирмы, совместные предприятия и т.п.) и, наконец, заимствования, семантика которых задает инновационный формат коллективного взаимодействия сотрудников

(тим/команда, тимбилдинг, тим спирит, команда мечты, корпоративная этика и т.п..).

Появляются также номинации первых «приобретателей» частного капитала: крылатое выражение *новые русские*, их метонимический анало «*малиновые пиджаки*, а впоследствии *мажоры* и *золотая молодежь* как представители следующего поколения богатых. Самая высокая стадия накопления капитала и финансово-экономической стратификации его репрезентантов получает свое отражение в номинации *олигархи*.

В период первоначального накопления капитала в России начала 90-х годов (так называемые «лихие 90-ые») возникают также неформальные номинации социальных групп, объединяющих тех, кто добывает первоначальный капитал нелегитимными способами: аккультурируется понятие «мафии», ранее известное преимущественно по художественной литературе или кинематографу (роман М. Пьюзо «Крестный отец» и не менее знаменитая его экранизация). Появляются пейоративные дериваты от терминов родства: *браток/братки*, *братва*, обозначающие членов организованных преступных групп и имеющие значение собирательности [Чабаненко 2025]. Данные формирования получают официальное наименование с помощью аббревиатуры ОПГ (организованная преступная группировка); из тюремного жаргона проникают в общелитературный язык слова *общак*, идиоматические формулы *по понятиям*, *авторитет*, *вор в законе* и др. Иначе говоря, язык отражает все типы новых слоев общества в их динамике, в их различных сферах существования и корреспондирующих с ними поведенческих фреймах.

Рассмотрим первую группу номинаций, обозначающих социальные страты в соответствии со стратификационными принципами, существующими в западных капиталистических демократиях.

Одна из наиболее распространенных в социологических исследованиях страт – «middle class» – получает форму кальки в устойчивом сочетании *средний класс* («класс, занимающий промежуточное положение между

основными классами в системе социальной стратификации») [СС]. Представленный график распределения частотности по годам (Рис. 1) демонстрирует характерную динамику употребления словосочетания: заметный всплеск интереса приходится на середину 1990-х годов с пиковыми значениями в 1998–2000-х годах, что объясняется процессами экономической трансформации общества и активным поиском новых стратификационных моделей в постсоветский период. В начале 2000-х годов наблюдается постепенное снижение интенсивности использования данного словосочетания, что может свидетельствовать о его стабилизации в системе номинаций и, как следствие, спаде интереса к нему.

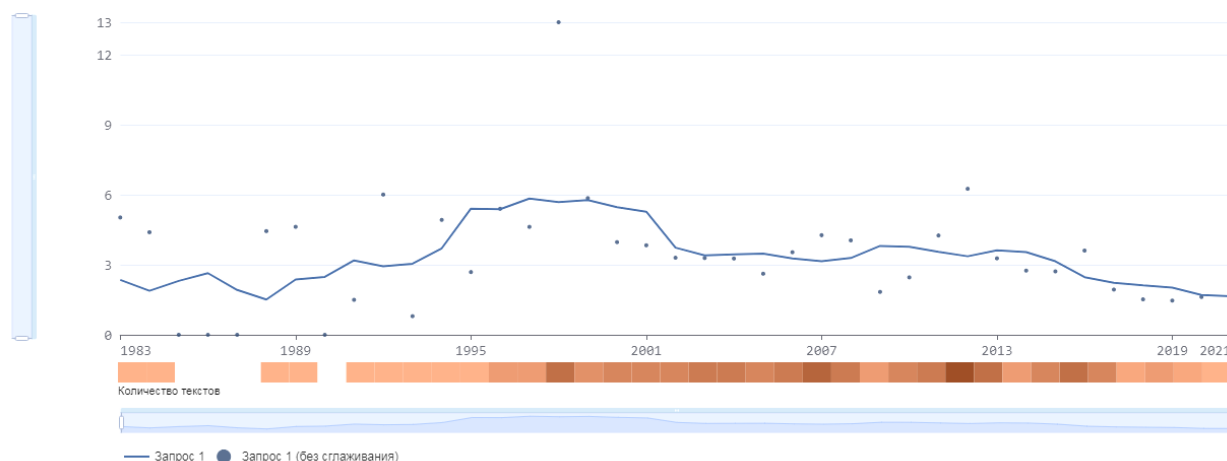


Рис. 1. Распределение по годам в газетном корпусе с 1980 по 2022 соционима *средний класс*.

Весьма показательным является название статьи социолога Л.А. Беляевой «*Средний класс в современной России: теоретическая конструкция стала реальностью?*» [Беляева 2024], эксплицитным образом подтверждающей факт опережающего вхождения соционимических номинаций и их социопроективную роль. Этот же исследователь говорит о сложном составе среднего класса, «обладающего материальным уровнем жизни, отличающим его как от элиты, так и от бедных слоев» [Беляева 2024: 20]. Рефлексия над проблемой реальности существования референтной группы, соответствующей западным представлениям о среднем классе,

характерна и для работы В.И. Умова «Российский средний класс: социальная реальность и политический фантом», увидевшей свет в 1993 г. [Умов 1993].

Потребность в формировании среднего класса в России осознавалась многими государственными деятелями, рассматривающими данную страту как основу и оплот социальной стабильности, процветания государства и населения в рамках демократического устройства общества. Во многих работах указывается, что *средний класс* не только благополучен в материальном положении, но и обладает высокой социально-экономической активностью, квалификацией и инновационным поведением, а также является транслятором ценностей общества и культуры [см. подробнее Кижеватова 2007; Батуренко 2016 и др.]

Как подчеркивает Л.А. Беляева, «Образ среднего класса очаровал не только исследователей в России, но и население страны, когда наступили рыночные реформы 1990-х гг., и все общество пришло буквально в движение, перемещаясь по ступеням иерархической пирамиды. Для большинства социальный лифт стремительно пошел вниз, небольшая часть общества стала бороться за свое новое место под рыночным солнцем, а «избранные» получили то, что и не ожидали получить, находясь вблизи центров принятия решений» [Беляева 2024: 17]. В начале 2000-ых гг. многие уже говорят о сформированности данной группы. Например: «*Он [средний класс] у нас есть, наша задача в том только заключается, чтобы укреплять этот средний класс и наращивать [его] доходы*», – заключил Путин» (tass.ru).

Соционим *новые русские*, который в обыденном сознании носителя русского языка представляется возникшим на собственной языковой почве, на самом деле появился после выхода в 80-е годы XX века книги американского журналиста Хендрика Смита «The New Russians» [Smith 1990]. Однако автор книги мог судить о новом слое людей только по их лучшим образцам «благополучных бизнесменов в элегантном костюме», которые поражали новым мышлением и были, при этом, весьма состоятельны. Однако в соответствии с внутренним восприятием данного слоя выработался свой

собственный образ нового русского как человека, добывающего капитал любыми, в том числе криминальными путями, характеризующегося отсутствием культуры и образования, и имеющего ярко выраженные поведенческие черты: малиновые пиджаки, мощные золотые цепи, Мерседесы или Гелендвагены.

Трансформация новых русских в легитимных бизнесменов, коммерсантов или предпринимателей обусловила появление соответствующего нового социального слоя в России. Значение собирательности, свойственное номинациям страт, эксплицировалось либо во флексии множественного числа данных существительных, либо в атрибутивных характеристиках различного рода: *бизнес-сообщество, бизнес-круги, бизнес-среда; деловые (предпринимательские) круги, деловая среда* и т.п. Необходимо подчеркнуть, что все номинации в качестве ономаσιологического признака избирают не критерий богатства, а указывают на бизнес или предпринимательство как способ его достижения.

Появление потомства у богатых, рождение у них детей, ставших естественными «бенефициарами» родительского капитала – порождает такие наименования как *мажор(ы)* и *золотая молодежь*.

Согласно данным НКРЯ, новое социально-стратификационное значение у лексемы *мажор* начало формироваться в 1990-е годы. До этого момента существительное функционировало только как музыкальный термин и (редко) в значении: «бодрое, веселое настроение» [МАС]. В словаре 2000 года издания фиксируется новый лексико-семантический вариант слова: «тот, у кого в жизни всё хорошо складывается благодаря поддержке родителей (об энергичном образованном молодом городском жителе, успешно делающем карьеру)» со стилистической пометой «жарг.» [БТСРЯ]. Ресурс «Неолекс» приводит более точную и объемную характеристику представителей страты «мажоров»: «Мажоры – дети обеспеченных родителей, ведущих беззаботный, разгульный образ жизни [Neolex]. Примеры из НКРЯ свидетельствуют также

о «вседозволенности» детей богатых, что становится одним из составляющих данного лингвокультурного типажа, например:

Чем закончились гонки по городу сына еще одного олигарха? Почему дети-мажоры остаются безнаказанными? Смотрите в "Прямом эфире"; Так до недавнего времени называли пустых баловней из «золотой» молодежи — нынешних мажоров; «Мажоры» на машине разогнались в городе до 340 км/ч.; Людям ясно, что это мамы и папы, что она не «трудыга», а банальный «мажор» [НКРЯ].

У появившейся в русском языке лексической инновации *мажор* существует идиоматический синоним интернационального характера — устойчивая метафора (и фразеологизм) собирательного характера *золотая молодёжь*, обозначающая детей богатых и влиятельных родителей, живущих в роскоши, праздности и развлечениях. Калька с фр. *jeunesse dorée*, согласно различным сведениям, восходит к началу XIX века, к периоду революции, и служила наименованием для богатой молодежи, не разделяющей революционные идеалы. В настоящее время сочетание стало практически интернациональным обозначением детей богатых, высокопоставленных родителей, проматывающих деньги и ведущих разгульный образ жизни (англ. *gilded youth* — «позолоченная молодежь»; нем. *goldene Jugend* и т.п.).

Интересный способ языковой характеристики социокультурного слоя, соединяющего в себе черты богемы и буржуазии, был предложен американским социологом Д. Бруксом в работе «Бобо в раю: Откуда берётся новая элита» («Bobos in Paradise: The New Upper Class and How They Got There») [Brooks 2000] и обозначает социальный слой людей, которые зарабатывают как буржуа (высокий доход), но при этом ведут себя как богема. Портал «Адми медиа» разъясняет: «От богемы они взяли образ жизни и любовь к искусству, от буржуазии — хорошее материальное положение и предприимчивую жилку. Но это не золотая молодежь, которая тратит деньги богатых родителей, — новая элита пришла к богатству самостоятельно. Их философия представляет собой сложный синтез материализма и духовности,

гедонизма и самоограничений, бизнеса и творчества» (adme.media). В русском культурном сознании, однако, данный не очень широко распространенный термин чаще относится к детям богатых родителей, например:

Их теперь причисляют к страте «бобо», богемной буржуазии, – ворвался Дмитрий; Так называемые бобо – дети денежных родителей – носят джинсы и майки; Алиса – почти из страны чудес. Она – та самая бобо. Ей двадцать, она живет на Рублевке, училась в Лондоне, свободно говорит на трех европейских языках [НКРЯ].

В условиях уже сформировавшегося рынка лексемы, обозначающие представителей богатых слоев населения, включают в себя эксплицитные количественные параметры: *миллионеры, мультимиллионеры, миллиардеры*. Российские миллионеры начали входить в общемировые рейтинги, что вызывало появление уточняющей характеристики *долларовые миллионеры*, например: «В России живет 297 тысяч долларовых миллионеров» (www.kp.ru); «По данным ежегодного доклада швейцарского банка UBS Global Wealth Report 2025, в 2024 году число долларовых миллионеров в России достигло 426 тысяч, что позволило стране войти в топ-20 стран мира по этому показателю» (www.kommersant.ru).

Списки Форбс также часто включают в себя атрибутивную характеристику «богатеишие российские бизнесмены в глобальном рейтинге Forbes». Вне рейтинговых списков достаточно частотным является префиксальное образование «сверхбогатый», которое употребляется как прилагательное («В прошлом году сверхбогатые люди в мире установили массу рекордов» www.eg-online.ru), как отадъективный субстантив (...сверхбогатые играют по своим правилам www.eg-online.ru, а также в сочетании «клуб сверхбогатых людей»: («В прошлом году всемирный клуб сверхбогатых людей пополнился 5000 новых членов» www.eg-online.ru). В качестве синонима к существительным со значением сверхбогатых людей иногда употребляется сочетание *бизнес-магнаты* (от лат. *magnatus* – «богатый,

знатный»), отчасти пересекающийся в своем значении с определением *олигархи*.

Примечательна хронология активизации в русском языке слова *олигарх* (с др.-греч. ὀλιγαρχία, где oligos – «немногие» и archein – «править»). Как отмечает исследователь генезиса данного понятия С.А. Сергеев, «возникнув в древней Греции, понятие «олигархия» означало одновременно «власть немногих» и «власть богатых». В социологических исследованиях олигархии, выполненных в течение последних 10-15 лет, оба значения слова вновь объединяются, начинают обозначать «власть богатых людей» и часто употребляются в контексте негативного влияния олигархии на демократические институты» [Сергеев 2019: 5].

Согласно политологическим исследованиям (см., например: [Бесхолов 2025; Григорьян 2024 и др.]), в России слово *олигархи* относится к узкому кругу сверхбогатых предпринимателей, использующих свои огромные капиталы для прямого влияния на государственные структуры и политические решения. Этот термин был особенно актуален в годы правления Б.Н. Ельцина, например: *«Вчера президент Борис Ельцин принял у себя в Кремле 11 российских олигархов (1998 г.)»* (<https://www.kommersant.ru>); *«Бедные стали нищими, богатые – олигархами. Как произошло "ограбление века" – ельцинский дефолт 1998 года»* (www.nakanune.ru).

Результатом стремления преодолеть сложившуюся ситуацию, когда крупный финансовый капитал стал влиять на государственную власть, стал выдвинутый в 2000 году В.В. Путиным принцип о «равноудалении олигархов», о необходимости установления контроля государства над олигархами вместо их контроля над государственной властью. В настоящее время номинация *«равноудаленные олигархи»*, которую можно считать авторской, стала уже социальным историзмом в связи с изменением социально-экономических факторов.

Социальная стратификация формирующегося общества всегда осуществляется, как мы указывали выше, по оси бинарных оппозиций,

поэтому вместе с обозначениями групп, достигших среднего или высокого финансового уровня, появляются обозначения тех, кто находится на низшей ступени доходов и иногда живет ниже «прожиточного минимума», устанавливаемого с 1997 года Правительством Российской Федерации и индексируемого им же. При этом необходимо отметить, что словосочетание *бедные* или сочетание *бедные слои населения* демонстрирует невысокую частотность (в основном корпусе НКРЯ – 7 вхождений, в газетном корпусе – 45 вхождений). В то же время в работах по социологии лексические единицы *бедность*, *бедные слои населения*, *предбедные* становятся общепринятыми терминами. Например: «*Результаты исследования свидетельствуют, что бедные слои населения практически не имеют возможности воспользоваться платными услугами образования и здравоохранения*» [Кошарная, Каримова 2016: 39]; «*Исследование показало, что бедного населения гораздо больше (68 и 80%), чем предбедного (32 и 20%), как в городе, так и в области, т. е. предбедные составляют пятую часть бедного населения в области*» [Кошарная, Каримова 2016: 41].

Обозначение категории людей, находящихся за крайней чертой бедности с помощью субстантивированного прилагательного *нищие*, не является характерным для терминологического или для разговорного употребления. Причины отсутствия данных номинаций видятся нам не столько в социально-экономических факторах, сколько в стремлении эвфемизировать данные понятия, в попытке «поднять» вербальным способом их статус с помощью таких определений, как *малоимущие* или *малообеспеченные слои населения*. Кроме того, появление данных сложных слов обусловлено необходимостью юридизации референтов данной группы населения с целью способствовать их социальной адаптации и интеграции в общество. Малоимущие слои населения определяются законодательством РФ как семьи или одинокие граждане, чей среднедушевой доход ниже прожиточного минимума в регионе (ФЗ №178 «О государственной

социальной помощи», ФЗ №44 (о расчете доходов), а также некоторыми региональными нормативными актами.

В разговорной речи, не связанной требованиями политкорректности, появилось весьма высокочастотное определение бедных слоев населения *нищеврод/ы*. Как отмечает Л.Г. Бабенко, в современном русском языке произошел процесс неосемантизации существительного *нищеврод*. В ходе данного процесса лексема, изначально принадлежавшая к архаичному пласту пассивной лексики и имевшая значение «странствующий нищий», перешла в категорию активных неосемантов [Бабенко 2019]. Так, в словаре В.И. Даля существительное *нищеврод* («шатуший нищий, побирушка, попрошайка») приводится в словарной статье прилагательного *нищий* («до крайности бедный, убогий, неимущий, скудный; побирающийся, живущий Христовым именем») наряду с глаголом *нищевродничать* («скитаться побираясь»), который маркирован пометой «укоризненно» [Даль]. В более поздних лексикографических источниках лексема фиксируется с пометой «разговорно-сниженное» в значении «попрошайка, нищий, бродяга» [НСРЯ]. Как видим, лексическая единица *нищеврод* перешла из пассивного словарного запаса, где она функционировала как моносемант, обозначающий крайнюю степень бедности, в активный разряд неосемантов, описывающих теперь не материальное положение, а специфический социально-психологический типаж современного общества XXI века. Данная эволюция обусловлена социально-экономической поляризацией общества и формированием новых аксиологических установок, в рамках которых слово приобретает значение лица, обладающего «деструктивным убеждением» об ограниченности ресурсов или стремящегося к демонстрации материальных признаков успеха при их фактическом отсутствии. В ходе семантической деривации наблюдается усиление инвективности и появление неполной синонимии с англо-американизмом *лузер* (от англ. loser – «проигравший, неудачник»).

Общий список соционимов, основанных на критерии экономической дифференциации, представлен в Приложении 1 (Таблица 1).

1.2. Соционимы, основанные на критерии статусной дифференциации

Критерий статуса или престижа в работах по социологии [см. Печкуров 2018; Разов 20011; Бессуднов 2009 и др.] является одним из основных стратообразующих признаков. В зависимости от социально-экономического уклада общества статусность определенных социальных групп и способ их обозначения меняется: достаточно вспомнить пример реаксиологизации прилагательного «знатный» в условиях строительства общества трудящихся в СССР. Если до революции 1917 года это прилагательное употреблялось по отношению к привилегированным слоям общества («знатный: принадлежащий к аристократии, к знати» [Ушаков]), то в государстве рабочих и крестьян прилагательное «знатный» начинает употребляться по отношению, в первую очередь, к дояркам: *В советские годы было принято передовых доярок и телятниц называть «знатными», сейчас просто – доярка, или ласково – уменьшительно – доярочка, телятница безо всяких «титолов»* (bk55.ru).

Идеологическая установка на равенство всех социальных слоев в период СССР повлияла также на «изъятие» из активного социального лексикона слова «элита», которое маркировалось словарями этого периода как атрибут буржуазного общества. С середины 90-х годов это слово начинает активно использоваться в российском медийном пространстве, что было обусловлено переходом России к новой модели социального устройства по лекалам западных демократий. Согласно данным НКРЯ, значительный рост частотности употребления слова *элита* произошел в 1990-х годах, что отражает Рис. 2.

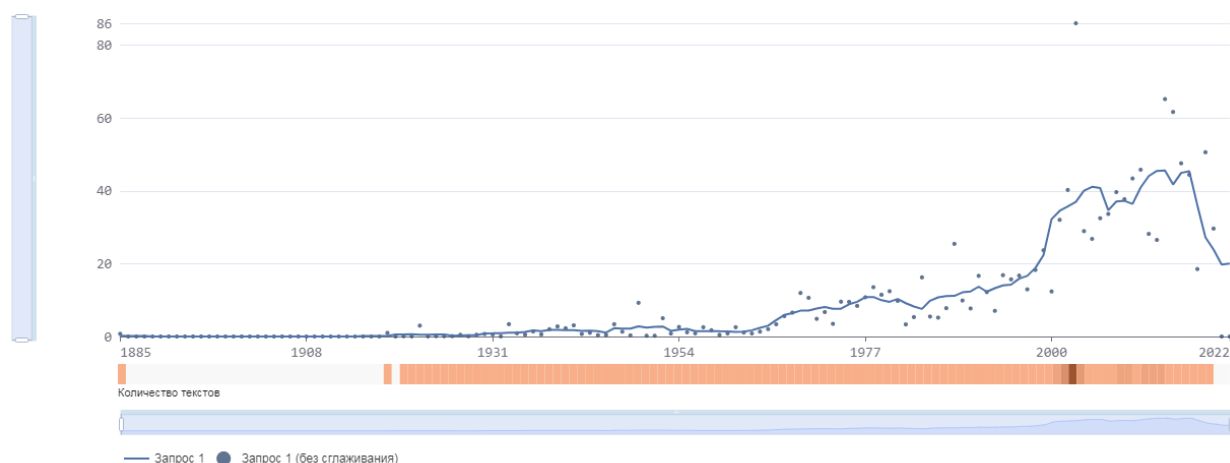


Рис. 2. Распределение по годам в основном корпусе с 1885 по 2022 существительного *элита*.

Согласно МАС, слово *элита* (от лат. *elegere* – «выбирать») использовалось первоначально для обозначения лучших сортов растений или животных: «элита – ы, ж., собир. Лучшие, отборные экземпляры, сорта каких-либо растений, животных, получаемые путем селекции для выведения новых сортов. 2. Лучшие представители общества или какой-либо его части» [МАС]. Социологическое значение как характеристика социальной стратификации оформилось позднее. Так, «Толковый словарь русского языка» Д.Н. Ушакова в качестве первого значения указывает уже «избранное общество», однако снабжает его пометой «редкое»: *Элита*: 1. Избранное общество (*книжн. редк.*) [Ушаков]. Современные словари предлагают следующие определения: «наиболее достойные, лучшие представители какой-либо части общества» [НСРЯ]; «лучшие представители общества или какой-либо его части» [БТСРЯ].

Интерес к осмыслению значения актуализированного слова, его новой референции и аксиологии сказался и на росте числа работ в области политики, экономики и социологии. В начале 2000-х годов сформировалась отдельная дисциплина «элитология», к задачам которой были отнесены: определение понятия «элита», выявление социальных групп, входящих в ее состав, а также анализ функций, которые она выполняет [см. подробнее Понеделков, Старостин, Пляйс 2023].

Основоположник российской научной школы элитологии, Г.К. Ашин, отмечает, что слово *элита* в русском языке «первоначально употреблялось купцами для обозначения товаров высшего качества: в XVIII веке сфера употребления расширяется, и термин элита начинает употребляться для наименования высшей знати, а также отборных воинских частей» [Ашин 2010: 22]. В данной интерпретации первичное значение слова также относится к высшему качеству материальных предметов, а впоследствии переносится на характеристику «лучших» людей.

В советское время термин «*элита*» использовался редко, поскольку советский народ представлял собой «новую историческую, социальную и интернациональную общность» [Булыгина, Амбарцумян 2000: 54], в которой, как считалось, нет классового разделения на эксплуататоров и эксплуатируемых, а трудящиеся и партия образуют «нерушимое единство», объединённое общей целью – «построением коммунизма». Несмотря на официальную идеологию, отрицавшую существование привилегированных классов в советском обществе, некоторые отличия все-таки были и относились к тем группам людей, которые осуществляли непосредственное управление государством, а также имели доступ к материальным благам, недоступным для большинства граждан. На этом основании современные исследователи социальной стратификации СССР предлагают выделять «советскую, партийно-советскую, политическую и хозяйственную элиту» [Фельдман 2021].

С начала 90-х годов слово *элита* начинает все чаще употребляться в контексте новых экстралингвистических реалий. Изменяются атрибутивные характеристики слова, чаще всего используются следующие коллокации по данным газетного подкорпуса НКРЯ: *политическая элита* (943 вхождения); *российская элита* (300 вхождений); *правящая элита* (239 вхождений). И гораздо реже: *интеллектуальная элита* (114 вхождений); *местная элита* (108 вхождений); *региональная элита* (101 вхождение); *финансовая элита* (74 вхождения); *экономическая элита* (56 вхождений); *культурная элита* (49

вхождений); властная элита (49 вхождений); *военная элита* (43 вхождения); научная элита (23 вхождения); *олигархическая элита* (5 вхождений). Например:

Политическая элита отслеживает изменение общественных настроений, вырабатывает приоритеты, делает выводы [НКРЯ 2011]; То, что нынешняя российская элита имеет свое неповторимое лицо, становится очевидным, если сравнить ее с тремя наиболее распространенными в мире моделями элит: американской, французской и «вестминстерской» (британской) [НКРЯ 2003] и др.

Кроме адъективных сочетаний по модели «Adj. + N.³» появилось словосочетание аппозитивного типа **бизнес-элита**, которое вошло в русский язык как прямое заимствование из английского языка и получило словарное определение «предприниматели или финансисты, занимающие высокие посты в коммерческих структурах» [Neolex]. На наш взгляд, приведенная в данном ресурсе дефиниция не является исчерпывающей, так как не отражает всех конституирующих черт данного социального слоя, в том числе выполняемых ими функций.

Более полным и содержательным представляется характеристика понятия и референтного состава российской бизнес-элиты, предлагаемая искусственным интеллектом: «Российская бизнес-элита – это круг крупнейших собственников и топ-менеджеров, контролирующих ключевые отрасли экономики (нефть, газ, финансы, металлургия, IT). Ключевые игроки определяются списками Forbes по доходам, активам и влиянию, а их влияние распространяется и на политическую сферу, взаимодействуя с государственными институтами» (ИИ). Характерные примеры, содержащие оценку российской элиты, находим и в НКРЯ (170 вхождений в газетном корпусе), например: *И бизнес-элита сложилась хоть и «нечестно», но не случайно, а в ходе тяжелейшего естественного отбора; Современная*

³Где Adj. – прилагательное, N. – существительное

российская политическая и бизнес-элита отделилась от простого народа куда сильнее, чем чиновничья верхушка во времена СССР [НКРЯ].

Небезынтересное исследование частоты использования слов «буржуазия», «пролетариат», «рабочий класс», «элиты»⁴ в крупных российских СМИ представлено на сайте российского общественного объединения «Фонд Рабочей Академии». Согласно полученным данным, слово «элита» встречалось чаще всего в изданиях «Коммерсант» (27 700 упоминаний) и «Взгляд» (15 500 упоминаний). (fra-mos.ru). Комментируя полученные данные, авторы выполненного исследования подчеркивают преднамеренность формирования представлений об элите и элитарности в данных медиа. Так, «на втором месте в конкурсе по «насаждению» элитарности расположился «Взгляд», третье место занял «Московский комсомолец». <...> Удивительно, что в «Forbes» с неохотой используют термины, обозначающие классы, а «Vogue» не удивляет – всё только «элитное». Что ж, «Vogue» есть «Vogue»!» (Там же). В таких комментариях эксплицитным образом выражено ироническое отношение авторов к стремлению определенных медийных средств позиционировать себя как печать, предназначенная для элиты и формирующая в постсоветском обществе запрос на элитарность.

На волне резко выросшей популярности соционима *элита* как в научном, так и в медийном дискурсе, возникают дискуссии о референтном составе российских элит и о тех качествах, которыми они обладают или должны обладать. Новое направление общероссийской дискуссии на эту тему было задано президентом РФ, Владимиром Путиным, в его послании в 2024 году Федеральному собранию: *«Слово "элита" во многом себя дискредитировало теми, кто, не имея никаких заслуг перед обществом, считает себя какой-то кастой с особыми правами и привилегиями. Особенно имею в виду тех, кто в предыдущие годы набили карманы за счет всяких процессов в экономике с 1990-х годов. Они точно не элита»*. По его словам, *«подлинная, настоящая элита –*

⁴ Слово «элиты» указывается во множественном числе.

это все, кто служит России». Труженики и воины, надежные, проверенные, делом доказавшие свою преданность России, достойные люди» (tass.ru). Сможет ли предложенное понимание стать реальностью при отсутствии у людей с высокими моральными качествами адекватных финансовых капиталов и рычагов, остается неясным. На сегодняшний день проведенное нами исследование дало следующие результаты (Рис. 3): на вопрос «кто относится к элите российского общества» 65% опрошенных выбрали «богатых людей», 52% – «власть имущих», 47% указали на «звезд и знаменитостей», 12% отдали предпочтение образованным людям. Остальные группы были выбраны незначительным процентом опрошенных, среди которых чаще всего упоминались «бизнесмены» (3%), интеллигенция (4%) и члены правительства (3%) [Поляк 2025].

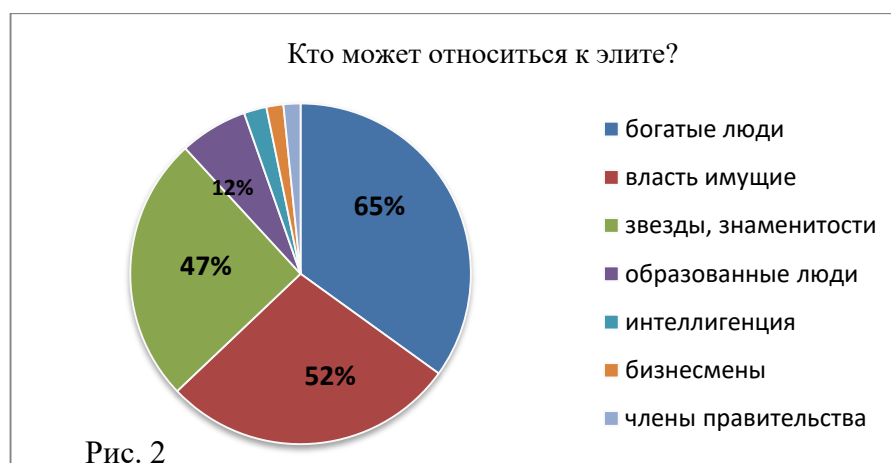


Рис. 3. Результаты социологического опроса, направленного на выявление субъективных представлений респондентов о референциальном составе российской элиты.

Кроме высокочастотных сочетаний слова *элита* с определяющими его прилагательными, существуют также единичные употребления, например: *твиттер-элита*, *тик-ток элита*, *интернет-элита* [Neolex]. Данные сочетания аппозитивного типа не только заимствуются из английского языка, но и демонстрируют формирование новых элит в цифровую эпоху, в которой традиционные критерии элитарности дополняются показателями цифрового влияния и медийной значимости: *С учетом вырождающихся элит, таких*

Твиттер-элит, ТикТок-элит, как это глубинное государство, дипстейт, собирается дальше обогащаться с учетом всего того, что там происходит? [Neolex].

Заметим, что в данном примере используется форма множественного числа слова, что также становится грамматической приметой настоящего времени и свидетельствует о процессе метонимизации (перенос с целого на частное) в результате появления многообразия типов элит [см. подробнее: Плунгян 1997; Горбов 2013 и др.] Причем по отношению к регионам множественное число становится доминирующим способом номинации: *региональные / местные элиты*.

В качестве синонимов к слову *элита* различные лексикографические источники приводят: *аристократия, знать, дворянство, верхушка, сливки общества, высшее общество, цвет общества, бомонд, истеблишмент, ВИП/VIP (vip-персоны)*. Часть из них относятся к социальным и историческим синонимам (*аристократия, дворянство*), другие (например, *светское общество*) подвергаются частичной деархаизации, есть и лексические единицы, недавно заимствованные из английского языка, такие как *ВИП / VIP/vip*.

Аббревиатура **ВИП/VIP** впервые фиксируется словарями английского языка в 1933 г. в значении «очень важное лицо»: «*V.I.P. initialism (acronym) for very important person*» [OD]. Как указывает Л. Мустонен, «в русском языке слово *ВИП / VIP* начало употребляться еще до периода распада СССР и принятия англо-американской лингвокультурной модели стратификации общества. В 70-е годы XX в., однако, слово использовалось sporadически, как элемент, именуемый чуждый способ номинации неравенства по признаку высокопоставленности или богатств» [Mustonen 1997: 110].

По данным НКРЯ, на рубеже веков аббревиатура входит в активный состав социопрагматических стратификационных маркеров, что иллюстрирует график распределения по годам, представленный на рисунке 4.

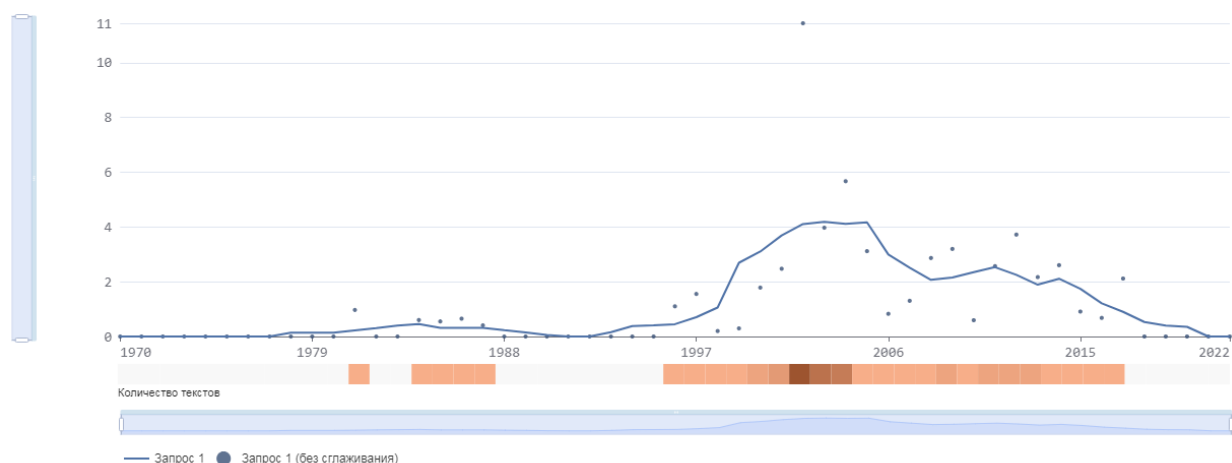


Рис. 4. Распределение по годам в основном корпусе с 1970 по 2022 существительного *ВИП*

Наибольшая частотность употребления слова характерна для газетного корпуса (7790 вхождений). Постепенно графический образ слова адаптируется к законам принимающего языка, вытесняя английское (*VIP*) или гибридное (*VIP-зона* и т.п.) написание. Как отмечает Е.В. Шаповаленко, «на сегодняшний день преобладающими можно признать кириллическое написание заглавными (реже строчными) буквами при дефисном отграничении компонента от определяемого существительного» [Шаповаленко 2023: 112]. Анализируя сочетаемость препозитивного компонента *ВИП*-/VIP- (*vip-залы*, *vip-ложа*, *vip-номер*, *vip-места*, *vip-салон* и др.), автор приходит к выводу, что компонент *ВИП* представляет собой «социопрагматический маркер, узаконивающий на языковом уровне разделение общества на особо важные персоны и широкие массы рядовых обывателей» [Шаповаленко 2023: 115].

Данное истолкование полностью согласуется с определением, предложенным в словарях: «очень известный, влиятельный или богатый человек, требующий индивидуального обслуживания и охраны» [БАС] и подтверждается примерами употребления: *Говорят, что доступ в эту комнату имеют только ВИПы*, – пишет автор поста; *На чем и как летают вины в России? Так вот – в первую очередь время себе выбирают вины, потом стандарты, потом обычные смертные* [НКРЯ].

«Толковый словарь новейших слов и выражений русского языка» сопровождает слово пометой разговорное: «VIP – very important person, очень важная персона, то же, что VIP; очень важный человек (о лицах, наделённых властью, звёздах кино и телевидения и пр.) (разг.)» [СНСиВ].

К статусным номинациям, в основе которых лежит процесс деархаизации исконных русских лексем, следует отнести словосочетание *светское общество*. Исследователь социоисторических проблем, И.В. Понкин, предлагает следующую характеристику светского общества: <...> 3) принадлежащий или относимый к элите, оцениваемый как изысканный или элитарный, в том числе исходя лишь из внешних признаков, хорошо воспитанный, отвечающий требованиям света, утонченности, изысканного этикета» [Понкин 2006: 15]. Указанные признаки образованности и культуры, утонченных манер нашли свое отражение и в метафорических сочетаниях «цвет общества», «высшее общество», или «сливки общества» (также отражающее концептуальную метафору, выделенную Дж. Лакоффом, М. Джонсоном: ВЕРХ – хорошо, НИЗ – плохо [Лакофф 2004: 35–46]).

Тиражированию представлений о светском обществе как о собрании «лучших» людей во многом способствовали произведения русской классической литературы, характеризующие данную социальную страту с различных точек зрения, но всегда подчеркивающие их аристократическое происхождение, образованность, владение языками (прежде всего, французским языком), изысканность манер и пр. Возможно, именно в связи с резким контрастом в уровне образования и культурно-поведенческом фрейме новых представителей «высшего света» само сочетание *светское общество* не получило полной лексической «реабилитации». В то же время претензии на «светскость» как способ повышения ранга определенной страты людей нашли свое отражение в резком увеличении частотности прилагательного *светский* в коллокациях с определенными существительными: *тусовка, скандалы, сплетни, хроника, развлечения* и др. Примечательно, что стремление позиционировать себя как представителей «светского общества» часто

воспринимается носителями современного русского языка как неудачная пародия на «высший свет» дореволюционной эпохи, например:

«А у нас во дворе: почему представители светского общества так хотят казаться аристократами (а выглядят ряжеными)» (spletnik.ru); «Почему лица, которые всегда были обслугой светского общества (актеры, певцы-певички, парикмахеры, портные и прочие), вдруг стали светским обществом?» (fabulae.ru).

Такой социокультурный портрет во многом формируется различными масс-медиа, выполняющими роль таблоидов и стремящимися привлечь внимание аудитории передачами о светских скандалах, сплетнях, развлечениях, сексуальных похождениях, дорогих свадьбах и вояжах, дорогостоящих пластических операциях или интерьерах особняков знаменитостей и т.п. Более релевантным такому образу жизни и культурно-образовательному фрейму представляется использование вместо сочетания *светское общество* коллокации *светская тусовка*, например:

«Бомонд – высшее аристократическое общество. Я думаю, что бомонд и тусовка – несколько разные понятия. А где в наших тусовках вы видели аристократов?» (otvet.mail.ru); «Дело здесь в особой культуре и вхожести в те круги, которые и являются истинным высшим классом, который никак не является тем странным серпентарием из понторезов и нищелюбов с претензиями, который в России стало принято называть “светским обществом” и “тусовкой” в постсоветские годы» (argumenti.ru).

Сегодня в состав *светской тусовки* входят преимущественно индивиды, которых называют *звезды и знаменитости*, чаще всего это представители шоу-бизнеса: певцы, актеры, продюсеры, известные блогеры, тик-токеры, бизнес-коучеры и т.п. Данный способ статусной стратификации полностью заимствован из западного, в первую очередь, американского мира, с его культом «американской мечты», Голливуда и Оскара, ковровых дорожек, деления социума на «селебрити» и «папарацци».

По мнению Е.Ю. Рождественской, «селебрити становятся все более и более значимой особой группой в современном обществе с его медиатизацией, появлением реалити-шоу, таблоидов знаменитостей, а также социальных сетей, посвященных исключительно протоколированию жизни знаменитостей» [Рождественская 2021: 76]. Исследователь также отмечает значимость «социального лифта» в формировании данной группы, поскольку «многие из них являются выходцами из разных социальных слоев, в том числе и низкостатусных, однако, достигнув позиции селебрити, они становятся членами социальной сети наравне с другими знаменитостями, независимо от отрасли их деятельности или того, считаются они талантливыми или бездарными» [Там же].

Наличие денег или нужных связей дает возможность вхождения в так называемую группу «селебрити» самым различным индивидам, в связи с чем весьма точным представляется определение селебрити, предложенное в названии российского новостного портала «Вечерняя Москва»: *«Знамениты, потому что знамениты: кто такие «селебрити» и когда уместно это слово»* (vm.ru).

Более высокочастотными по сравнению с *селебрити* в настоящее время являются автохтонные лексические единицы *звезды* и *знаменитости*, использование которых преимущественно в форме множественного числа также свидетельствует о наличии сформировавшейся социальной группы представителей медийной славы. Переносное значение слова фиксировалось и в предыдущие периоды развития общества и русского языка: «звезда – о человеке, прославившемся в какой-либо сфере деятельности; о знаменитости» [МАС]. Например, *звезды советского кино*, *звезды советского экрана* и т.п. Однако в СССР такой способ номинации был дополнительным, факультативным, изредка соседствующим с официальными званиями «заслуженный» или «народный артист Советского Союза». Количество «звезд» было очень невелико, а их медийная представленность ограничивалась сценической жизнью и искусством, в то время как

скандальные похождения (в случае их наличия) тщательно скрывались от общества.

В настоящее время *звезды* стали представлять огромный массив самых различных по своим профессиональным параметрам личностей. Основным объединяющим признаком становится их медийная известность и присвоение в медийном пространстве статуса «звезды». Все федеральные каналы последовательно формируют образ звезд, приучают зрительную аудиторию к тому, что звезды – это важный социальный феномен, интерес к которому должен составлять важную и необходимую часть жизни обычных людей. Так называемые звезды привлекаются к участию в самых различных шоу, например: «Звезды сошлись», «Секрет на миллион», «Звездный вечер», «Перепой звезду», «Звезды FM» и многие другие.

Представители социальной группы «звезд» именуются также как «знаменитости», например: *Здесь знаменитости отдыхают от папарацци: инкогнито гостей тщательно блюдут даже горничные в отелях, не говоря уже об управляющем казино* [НКРЯ]. Примечательно, что словарь Д.Н. Ушакова указывает, что слово функционирует исключительно в форме единственного числа отвлеченного существительного: «знаменитость – 1. только ед. Отвлеч. сущ. к Знаменитый (книжн.). Знаменитость певца не спасла его от нищеты на старости лет. 2. Знаменитый человек. Он стал знаменитостью» [Ушаков]. Отсутствие формы множественного числа непосредственным образом свидетельствует о том, что в советский период статус знаменитости получали только те, кто действительно имел исключительный талант или заслуги, в то время как плюрализация формы в последние годы является языковым свидетельством роста числа тех, кто причисляется к данной группе.

Ярким примером сформированности данной социальной страты и ее выделенности из общего состава современного российского социума может служить следующая фраза: *С поздравлениями к ним обратились ректоры вузов, главы корпораций и знаменитости* [НКРЯ]. Сочинительная

конструкция, в которой *знаменитости* перечисляются в одном ряду с наименованиями профессий и должностей, не только эксплицитным образом указывает на существование новой социальной группы, но и способствует формированию представления о ее общественной значимости и статусности.

Судя по многочисленным примерам из НКРЯ и открытых Интернет-ресурсов, состав знаменитостей вызывает неприятие и раздражение у огромного количества людей, например:

Она отметила, что к распространению таких материалов привлекаются «известные в подростковой среде люди, звёзды, популярные блогеры»; Я уверена, что что-то не так, потому что мне больно слышать и видеть, что наши дети сегодня хотят быть похожими на знаменитостей типа Моргништерна, Инстасамки и других звёзд [НКРЯ].

Последний пример позволяет понять, что негативная реакция связана не столько с самой стратификацией слоя звезд, сколько с их референтным составом и с присущим знаменитостям скандальным поведением, выходящим далеко за пределы принятых в обществе этических норм. Акцент, который делается на частной жизни знаменитостей, связан с таблоидизацией российского медиапространства и его функционированием по примеру западных таблоидов [см. подробнее Кузнецов, Славина 2019; Рыжов 2023].

Следуя глобальным трендам формирования медийного поля влияния, российские медиа также активным образом привлекают знаменитостей и звезд как своего рода бренд-мейкеров не только материальных продуктов, но и различных политических взглядов и течений. Формируемый культ известности ставится на службу рекламы, а те, кто в силу своей медийности способны оказывать влияние на мнения людей, получают наименование с помощью прямого заимствования *инфлюенсеры* “A person whose opinions on something, such as a product or an issue, have a big impact on the opinions of others” [OD] / ‘Человек, чье мнение о чем-либо, например, о продукте или проблеме, оказывает большое влияние на мнение других людей’).

Т.В. Леонтьева и С. Атлагич в своем исследовании способов вербализации идеи «влиятельности» в русском языке рассматривают слово *инфлюенсер* как ключевой лексический репрезентант идеи влиятельности в современной массовой культуре и цифровой среде [Леонтьева, Атлагич 2024] и дифференцируют его от понятия звезд и знаменитостей. По их мнению, «звезда «двигается» от состоятельности в профессии (роде занятий) к признанию многими и появлению подписчиков, интернет-читателей, а инфлюенсер как феномен вызревает без профессионального фундамента, он произрастает изначально на почве расширения своей читательской аудитории посредством применения соответствующих технологий речевого позиционирования, самопрезентации» [Там же: 393]. Однако, если учесть количество подписчиков у таких звезд и знаменитостей, как Селена Гомес (420 млн), Хабиб Нурмагомедов (36 млн), Ольга Бузова (20 млн), Тимати (20 млн), Оксана Самойлова (10 млн) и др., то становится очевидным, что эти категории способны пересекаться.

О влиятельности инфлюенсеров из интернет-среды (особенно в молодежной среде) свидетельствуют и многочисленные примеры использования данного слова (49 вхождений в газетном подкорпусе и 10 вхождений в подкорпусе «социальные сети» НКРЯ): *Как инфлюенсеры из соцсетей стали кумирами молодежи; За счет внимания к контексту, локализации и персонализации рекламы блогеры и инфлюенсеры перетягивают бюджеты у традиционных СМИ; Ведущими стали популярные блогеры, инфлюенсеры, эксперты мира моды и креаторы TikTok, а участниками – гости и команда Недели моды* [НКРЯ].

Семантически близко к заимствованному *инфлюенсер* и калькированное сочетание *лидер мнений*. Этот социологический термин был предложен Полом Лазарсфельдом и Элихом Кацем, которые обосновали, что информация из СМИ проходит через фильтр восприятия влиятельных людей, которые интерпретируют её и транслируют своей аудитории [Katz, Lazarsfeld 1995]. Согласно мнению американских социологов, «сообщения из СМИ могут быть

дополнительно опосредованы неформальными “лидерами мнений”, которые перехватывают, интерпретируют и распространяют то, что они видят и слышат, в личные сети» [Там же: 15]. В данном утверждении отражается как американский подход к процессу стратификации общества (роль лидера репрезентируется также в таких сочетаниях, как *team leader*, *cheer leader*, *project leader*, *group leader*), так и к коммерциализации влияния медийных персон.

Вопрос о наличии собственного мнения у современного общества лежит в компетенции социологов, однако не возникает сомнений в том, что российское медиапространство копирует американские образцы, используя популярность различных инфлюенсеров как ресурс коммерческого или политического влияния. Сама внутренняя форма данных номинаций не случайна, так как оказывает социопроективное воздействие на потенциальную аудиторию. Присвоение ранга «лидеров мнений» или «инфлюенсеров» само по себе повышает статус представителей этой социальной страты и вызывает доверие у их подписчиков. Коммерциализация сферы влияния инфлюенсеров или лидеров мнения находит свое яркое отражение в авторском окказионализме журналистки Н. Радуловой «лайк имущие»: «*Лайк имущие: что позволено инфлюенсерам*» (www.kommersant.ru). Вне сомнения, инфлюенсеры и характер их воздействия имеют не интеллектуальную, а в большей степени прагматическую коммерческую основу. Они воздействуют на мнения людей, на их оценочные суждения, не побуждают к рефлексии, а, напротив, освобождают людей от необходимости делать самостоятельный выбор. Мнение современного пользователя сетей чаще всего имеет характер оценки конкретного продукта, функционирует в рамках опции «нравится/не нравится» и объективируется в количестве лайков. Автоматизм выбора отражает и та форма одобрения, которая реализуется в механическом нажатии кнопки лайков [см. подробнее Вертинская 2019: 96–108].

Чрезвычайно интересным представляется выявление того, какие лексические единицы входят в оппозицию с соционимами «элита», «звезды»,

«знаменитости», а также «инфлюенсеры» или «лидеры мнений», каким образом выстраивается статусная иерархия. По утверждению Т.В. Леонтьевой и С. Атлагича, «феномен личного влияния в медиапространстве отличается воздействием «по горизонтали», а не по вертикали» [Леонтьева, Атлагич 2024: 386]. Данное утверждение получает аргументацию только в экстралингвистической составляющей – в отсутствии институциональных отношений между инфлюенсерами и их подписчиками, добровольный выбор интернет-пользователями тех медийных персон, которые кажутся им достойными инфлюенсерами. Собственно лингвистический ракурс заставляет усомниться в полной равновесности отношений между «статусными» стратами и их последователями.

Так, в словаре синонимов, а также на сайтах различных порталов, проводящих опросы пользователей, находим целый ряд слов-антонимов к номинациям страт, маркирующих высокий статус. «Звезды»: *напарацици, простой смертный, аноним, неизвестная личность*; «элита»: *отбросы, массы, шелупонь, сброд*; «знаменитости»: *неизвестность, аноним, бесславие*; «инфлюенсеры»: *невежда, профессор кислых щей, подписчик*; «лидеры мнений»: *аутсайдер, последователь, подчиненный, неизвестный, рядовой* (sinonim.org).

Среди различных существительных в антонимическом ряду можно выделить группы лексем с семой принадлежности к низшим слоям общества (*масса, рядовые, обычные люди, обычные смертные* и др.), а также с семой «отсутствие особых талантов» (*посредственность, заурядность* и др.) В историческом контексте, или в пренебрежительном смысле употребляются номинации *плебс* (от. лат. plebs – «народная масса, простой народ»), а также *чернь* – собирательное существительное, образованное от прилагательного *черный* в метафорическом смысле. Характер отношения к тем, кто не входит в состав элит, ярким образом выражается в их противопоставлении «нищевородам». Например: «*Завидуйте, нищевороды*». "*Лучшие люди*"

опозорились в Куршевеле под песню "Матушка-земля". А стыдно всем нам» (tsargrad.tv).

Приведем целый фрагмент из данной статьи, поскольку он как нельзя лучше отражает не только культурно-поведенческий фрейм представителей современной элиты, но и вызывает сомнения в возможности видоизменить российскую элиту или ее референцию на истинных патриотов страны, как это было предложено В.В. Путиным.

«Наша отечественная "элита" демонстративно живёт в параллельной реальности – с видами на Монблан и бокалом французского шампанского в руке. Им нет дела ни до СВО, ни до санкций, ни до войны, которую ведёт Запад против России. В Куршевеле, под зажигательные треки DJ Smash и "Матушку-землю", они отгуляли Новый год и Рождество. Это не просто отдых – это циничная демонстрация, что Россия для них место для заработков, а проблемы страны – всего лишь далёкий, ничего не значащий фон» (tsargrad.tv).

Не менее симптоматичными представляется современные номинации, антонимичные звездам и знаменитостям. Так, в анонсе к передаче «Выжить в Стамбуле» указывается: «У звезд появится игрок из народа! А в составе народной команды звезда». Как видим, авторы анонса без стеснения противопоставляют себя народу, что с точки зрения семантики может быть охарактеризовано как результат сужения значения существительного *народ* и одновременно пейорации этого слова. «Звезды» исключаются из состава народа, и в то же время народ начинает обозначать тех, кому в этой жизни не удалось достичь статусного звездного уровня, но кому предоставляется право наблюдать и иногда даже причаститься к жизни новых хозяев жизни. Обратим внимание, что существует также передача «Народ против звёзд!», эксплицитным образом выстраивающая оппозицию между «избранными» и всеми остальными.

Кроме вышеперечисленных номинаций представителей страт низшего статуса, в работах по социологии функционирует прямое заимствование

андеркласс (от англ. «underclass» – “A group of people who have a lower social and economic status than any other class in society” [CD] / ‘Группа людей, занимающих более низкое социальное и экономическое положение, чем любой другой класс общества’). Термин был введен в научный оборот в 60-е гг. прошлого столетия американским исследователем Дж. Мирдалом для обозначения «наиболее незащищенных и ущемленных социальных групп общества, находящихся вне его основного развития» [СЭ]. В современных словарях русского языка существительное *андеркласс* не фиксируется. «Социологический словарь» определяет *андеркласс*, как «слой общества, образуемый деклассированными элементами (пьяницы, наркоманы и др.), потерявшими человеческий облик; "социальное дно" общества; слой общества, находящийся ниже (под) всех классов в социальной иерархии» [СС]. В современной социологии под андерклассом понимается особая социальная страта, которая характеризуется не столько моральным обликом своих представителей, сколько отсутствием доступа к основным социальным институтам и конституционным правам [СЭ].

Общий список соционимов, основанных на критерии статусной дифференциации, представлен в Приложении 1 (Таблица 2).

1.3. Соционимы, основанные на поколенческом критерии

Модель присвоения наименований различным социальным объединениям на основе их принадлежности к определенному поколению берет начало в английской (англо-американской) ономаσιологической традиции. На почве русского языка категоризация объединений людей на основе их вхождения в одну возрастную группу присутствовала преимущественно в литературоведческой традиции. Как указывает Т.А. Рытова, «понятие “поколение” и “поколенческий” подход используются в российском литературоведении для обозначения группы писателей, относящихся к одной эпохе и исповедующих единые взгляды» [Рытова 2009:

89]. Например, поколению поэтов рубежа XX – XXI столетий (А. Ахматова, А. Блок, Н. Гумилев и др.) присваивалась метафорическая характеристика «серебряное поколение»: «поколение писателей, творивших в истории русской культуры с 1890-х гг. по нач. 1920-х гг. [ЛЭ]. К области общественно-политического осмысления поколения как единства взглядов в конкретную историческую эпоху относится соционим «шестидесятники» в значении «представители прогрессивного направления советской интеллигенции, взгляды которых сформировались в период так называемой оттепели конца 50-х – начала 60-х гг. XX в., отличавшиеся относительной свободой мысли» [НСРЯ].

С начала периода глобализации осмысление групп людей и их языковая категоризация в рамках поколенческих терминов проникает во все языки мира, в том числе и в русский язык, что свидетельствует о сходстве экстралингвистических факторов, в первую очередь, в области освоения интернет-технологий и их стремительной экспансии практически во все области существования современного человека.

Анализ словарных дефиниций в хронологической перспективе позволяет увидеть расширение значения слова «поколение» от собственно возрастного локуса до сходства поведенческих фреймов и исповедуемых ценностей. Так, словарь С.И. Ожегова, Н.Ю. Шведовой приводит три значения:

1) «родственники одной степени родства по отношению к общему предку (предкам)»; 2) «одновременно живущие люди (особи) близкого возраста» и 3) группа людей, близких по возрасту, объединенных общей деятельностью» [Ожегов, Шведова 2006]. В словаре Ефремовой последнее значение определяется как переносное: «Поколение – перен. совокупность людей близкого возраста, связанных общей деятельностью, общими интересами» [НСРЯ].

Именно на основе переносного значения в английском языке возникают соционимы, категоризирующие общности по поколенческому критерию.

Первоначально самой продуктивной моделью является атрибутивное сочетание «*Adj. + generation*», в котором зависимый член (прилагательное) выступает в качестве смыслового идентификатора, приобретающего впоследствии культурно-символический характер. К ним относятся: *Greatest Generation* (Величайшее поколение), *Silent Generation* (Молчаливое поколение), *Lost Generation* (Потерянное поколение), *The Doom Generation* (Проклятое поколение) и др. Заметим, что все они имеют преимущественно этноспецифический характер, относясь только к тем поколенческим группам, которые характерны для американской действительности.

Новый этап номинативного творчества связан с авторским изобретением терминов Уильямом Штраусом и Нилом Хау, представленных ими в фундаментальной работе «Поколения: история будущего Америки с 1584 по 2060 год» [Howe, Strauss 1991]. В рамках данной теории американские исследователи определяют поколение как совокупность индивидов, родившихся в течение временного интервала, составляющего примерно два десятилетия. Основные критерии для отнесения индивидов к определенному поколению включают проживание в одной исторической эпохе, участие в схожих социально-экономических и политических событиях, а также наличие общих убеждений и моделей поведения.

Несколько отличная от предыдущих номинаций морфологическая и ономазиологическая модель лежит в основе транслируемого во многие языки сочетания ***Boomer Generation*** (Поколение бумеров). Неологизм *boomer* был образован от «существительного *boom* (“A period when there is a big increase in sales or profits, including an increase in birth rates” [CD]) / ‘резкий рост продаж или прибыли, а также рождаемости’) с помощью суффикса *-er*, используемого в английском языке с целью образования существительных категории *Nomina agentis*. Согласно Cambridge Dictionary *boomer*: “A person born during a baby boom, especially after the Second World War” [CD] / ‘Люди, родившиеся во время бэби-бума, особенно после Второй мировой войны’.

С течением времени данное терминосочетание упрощается до одной лексемы *boomer*, которая входит в русский язык в качестве прямого транскрибированного заимствования и получает в словаре определение: «тот, кто родился во время беби-бума; представитель этого поколения» [Neolex]. Анализ контекстов употребления слова в русском языке показывает, что оно становится ярлыком для обозначения представителей старшего поколения в целом (старше 30) как линия демаркации между представителями устаревших взглядов на традиционные ценности и неприятие технологических новшеств современной цивилизации.

Приведем примеры из НКРЯ, подкорпуса социальных сетей (общее количество: 193 примера, 144 текста): *«Древний хлам для бумеров» я как понимаю для этого человека, мстители: война бесконечности великий фильм? Админ, а вы бумер, зумер или умер? Объясните бумеру этот зумерский слэнг* [НКРЯ]. Абсолютное большинство примеров отражает ментальное и вербальное противостояние между поколениями, что особенно отчетливо проявляется в ироническом обыгрывании в последнем примере созвучных слов *бумер, зумер и умер*.

Крылатой фразой в глобализированном медиапространстве стала краткая реплика из мема «Окей, бумер», распространившаяся по всему миру и используемая в качестве ответа на нравоучения отставшего от жизни поколения бумеров. Поколенческий разрыв, закрепленный в этом устойчивом сочетании, восходит к ситуации, которая активным образом обсуждалась в общемировых, в том числе российских интернет-ресурсах, когда член парламента Новой Зеландии, 25-летняя Хлоя Сворбрик, выступала в парламенте Новой Зеландии с призывом к 2050 году свести к нулю выбросы углерода в атмосферу. Ее выступление прервал парламентарий более старшего поколения, на слова которого Хлоя невозмутимо ответила: «Окей, бумер (OK Boomer)» и продолжила своё выступление, пишет информационное агентство Рейтер (www.reuters.com). Популярности данной реплики способствовал мем «Окей, бумер», который стал вирусным после публикации в соцсети TikTok,

на котором пожилой мужчина произносит эмоциональную речь о нынешнем молодом поколении. Его слова с выражением скуки на лице слушает девочка, которая что-то пишет на листе бумаги, а затем показывает зрителям надпись: «OK BOOMER».

Причины популярности реплики, нарушающей все основные максимы вежливости, сформированные в классической теории П. Браун и С. Левинсона (максиму одобрения: «больше похвалы – меньше осуждения», максиму согласия: «стремление к единству и избегание разногласий», симпатии: «создание благоприятной атмосферы, проявление доброжелательности» [Brown, Levinson 1987], кодирующей на вербальном уровне превосходство молодого поколения над старшими людьми, широко обсуждались в российских медиа. Многие российские порталы выносят в сильную позицию заголовков вопросы о причинах вирусности данной фразы: *«Ok Boomer»: как английский мем стал идеальным ответом на любые нотации* (skyeng.ru); *Почему «Окей, бумер» – главный мейнстрим-мем года?* (daily.afisha.ru); *Вирусный ролик, появившийся в TikTok породил новый мем, который стал настоящим призывом к противостоянию молодых людей и старшего поколения* (360.ru)⁵.

Модель двухсловного атрибутивного сочетания в английском языке постепенно уступает место моделям, основанным на идентификации поколения с помощью буквенных символов: существительное *Generation* + X, Y, Z и др. К ним относятся: *Generation X* (Поколение X (Икс)), *Generation Y* (Поколение Y (Игрек)), *Generation Z* (Поколение Z (Зет)), *Generation α* (Поколение Альфа). Данные термины в большей степени характерны для научного или научно-популярного дискурса, хотя следует обратить внимание

⁵Следует заметить, что в русском языковом сознании слово «бумер» в большей степени ассоциируется с автомобилем BMW, на котором ездил главный герой культового фильма «Бумер» и песенным текстом рэпера Сереги «Черный бумер», в котором отражается формирующееся в России имущественное и социальное неравенство («Ребята местные горьку пьют, не знают фитнеса. Всё потому что перспективы нет и бизнеса... С тоскою полною в глазах глядят мне вслед они. Ведь у меня есть чёрный бумер...»). Таким образом, жаргонизм «бумер», ставший символом бандитской романтики 90-х и начала 2000-х годов, входит в отношения межъязыковой омонимии с заимствованием «бумер/ы» в значении поколения.

на отсутствие конкретной привязки новых терминов сферы «социум» к определенному функциональному стилю. Согласно наблюдениям А.В. Щетиной, «традиционно принятое в толковых словарях стилистическое маркирование слов в отношении неологизмов данной группы «дает определенные «сбои». Одной из причин данного процесса стало распространение в сети Интернет ресурсов с трудно определимой стилистической принадлежностью. Так, блогосфера демонстрирует большое разнообразие текстов, в которых стиль изложения во многом зависит от личности блогера. Блогер без определенной (заявленной) профессии, чаще всего молодой человек, как правило, пишет в разговорном стиле с использованием соответствующей разговорной, просторечной, часто инвективной лексики, однако при этом обсуждение вопросов институционального характера предполагает использование терминов» [Щетина 2024: 157].

Номинация ***Generation Y*** (поколение, следующее за поколением Икс (X); его дети, наследники [HC3-90]) коррелирует с определением ***millennials*** (миллениалы), в русском – соответственно «поколение миллениалов». В качестве ономаσιологического признака в образовании номинации со значением лица используется существительное «миллениум» («тысячелетие»), англ. millennium: “A period of 1,000 years, or the time when a period of 1,000 years ends” [CD] / ‘Период в 1000 лет, или время, когда заканчивается период в 1000 лет’, так как представители данной генерации встретили новое тысячелетие в юном возрасте. Используемое первоначально в сочетании *millennial generation* в качестве прилагательного постепенно начинает употребляться без определяемого существительного и подвергается субстантивации, преимущественно в форме множественного числа: “Millennial noun: a person born in the 1980s or 1990s – usually plural” [MWD] / ‘Поколение миллениалов (существительное): человек, родившийся в 1980-х или 1990-х годах (обычно во множественном числе)’.

В 2012 году издание Advertising Age признало, что название *millennials* лучше, чем *Поколение Y* (abcnews.com), очевидно, в силу его более прозрачной мотивационной основы. Заметим, что в русском языке, кроме миллениалов, активно функционирует номинация «игреки», полученная образованием формы множественного числа от названия соответствующей буквы-символа. При этом оно часто функционирует в научном нарративе различных научно-исследовательских школ, например: *«Игреки нацелены на результат. Они надеются только на себя, редко просят помощи у других поколений. И при этом они рассчитывают на вознаграждение»* (rugenerations.su); *«В отличие от предыдущих поколений, игреки хотят впечатлений и удовольствия, а не материальных благ. Они выбирают аренду жилья вместо покупки, чтобы сохранить мобильность. Также миллениалы активно используют цифровые инструменты: мобильные приложения для управления финансами, инвестиционные платформы и онлайн-банкинг»* (mip.institute); *«Поколение Y», или «поколение миллениума» – для них мир по определению текуч и нестабилен»* (www.ecopsy.ru).

В отличие от образованной на русской почве плюральной номинации «игреки», слово *миллениалы* фиксируется в словаре «Новое в русской лексике» в значении «поколение людей, родившихся в период начала 1980–2000-х гг., на рубеже нового тысячелетия» [Neolex]. Приведем некоторые контексты употребления из интернет-источников: *«Поколение технологических прорывов. Они первыми перешли на «ты» с компьютерами, интернетом и смартфонами. Это миллениалы, поколение Y»* (www.kp.ru); *«Популярный мем «миллениалы изобрели...» связан с тягой миллениалов переоткрывать давно известные вещи и давать им новые названия. Например, авоська превращается в «шоппер», а общежитие в «коллинвинг»* (ismart.org).

Различные контексты употребления свидетельствуют о том, что внутренняя форма слова *миллениалы* становится лишь условным обозначением первого поколения, выросшего в цифровую эпоху, естественной средой пребывания которого является интернет. Таким образом,

технологическое неравенство впервые становится определяющим поведенческим фреймом поколения, причем «дети» превосходят «отцов», и это уже они должны обучать и передавать знания своим родителям, принадлежащим к поколению бумеров, а не наоборот.

В многих медийных материалах находим также указания на параллельное хождение в различных типах дискурса таких номинаций *Поколения миллениалов*, как *Поколение Next*, или, реже, *Поколение Питера Пэна*. Портал «Стафф-ап» разъясняет: «Поколение Next» – термин, принятый в международной практике, имеющий в России собственную социо-историческую привязку к эпохе перестройки и распада СССР» (staff-up.ru). Следует подчеркнуть, что история функционирования обозначения восходит к коммерческому слогану американской компании Pepsi, которая изобрела новую версию своего знаменитого напитка. В России огромную популярность получила реклама со слоганом «Новое поколение выбирает Pepsi», ставшего символом отказа от предыдущего, советского прошлого и символом западного, потребительского образа жизни. Этот же образ был использован Пелевиным для названия своего культового романа «Generation P» («Поколение П»). Несмотря на различное отношение к выбору, сделанному данным поколением, сама номинация часто используется в самых различных коммерческих и рекламных наименованиях, например: «Форум креативной молодёжи и Конкурс молодых дизайнеров «Поколение NEXT» (pokolenie-nxt.ru); «Городской конкурс «Поколение NEXT – 2025» (edu-nv.ru); «Третья научно-практическая конференция для учащихся старших классов «Неорганическая химия и материаловедение: поколение NEXT» (mpgu.su) и т.п.

Если в НКРЯ примеры употребления данного сочетания отсутствуют, то в открытых Интернет-ресурсах оно достаточно часто используется в различного рода «экспланаторных» контекстах, объясняющих смысл его употребления, в корреляции с термином «Поколение Y». При этом наблюдается абсолютное преобладание гибридной англо-русской формы

Поколение NEXT по отношению к транскрибированной кириллицей форме *Поколение Некст*.

Существует еще одна номинация *Поколения миллениалов* как *Поколения Питера Пэна* (герой известной сказки Дж. М. Барри «Питер Пэн», символизирующий вечное детство). Данное наименование представляет собой кальку с английского *Peter Pan generation*, характеризующего представителей данного поколения как нежелающих взрослеть («never-growing generation»), откладывающих вступление в брак на неопределенное будущее, не желающих покидать родительский дом и обустривать собственную карьеру. Наименование входит в число широко обсуждаемых в медиадискурсе (чаще англоязычном), однако широкого распространения, в отличие от миллениалов, в различных дискурсивных практиках не получил.

Интересные психологические особенности данного поколения кодируются в другой его номинации, также калькированной с английского *Trophy Generation* или *Participation Trophy Generation*. Согласно различным источникам, в данном определении отражается дидактическая установка своего времени, когда в англосаксонских странах было принято хвалить всех детей и подростков за участие, а не за победу, что способствовало формированию у них завышенной самооценки и нежелания взрослеть. Смысл номинации состоит в том, что в рамках соревновательного подхода к их обучению и воспитанию акцент ставился на политкорректность, на отсутствие проигравших, когда каждый получает приз или «трофей» за участие, а победу одерживает дружба.

Технологический мотивационный признак лежит в основе номинации *Generation Z* (Поколение Зет), которая получает аналогичную с *boomer* словообразовательную модель. Изначально существительное употреблялось в значении: “a person using Zoom (= a brand name for computer software that allows a group of two or more people to see and talk to each other over the internet using their computers, tablets, or smartphones)” [CD] / ‘Человек, использующий Zoom (фирменное название компьютерного программного обеспечения, которое

позволяет группе из двух или более человек видеть и разговаривать друг с другом через Интернет с помощью компьютеров, планшетов или смартфонов)’. Впоследствии семантика слова расширилась до наименования целого поколения: “zoomer – a member of Generation Z (born in the late 1990s or the early 21st century), perceived as being familiar with the use of digital technology, the internet, and social media from a very young age” [OD] / ‘представитель поколения Z (родившийся в конце 1990-х или начале 21-го века), считающийся знакомым с использованием цифровых технологий, Интернета и социальных сетей с самого раннего возраста’.

Слово *зумер/ы* заимствуется русским языком в аналогичном значении и фиксируется в неографическом цифровом ресурсе Neolex в значении: «представитель поколения Z; тот, кто родился и вырос в эпоху популяризации интернета и развития цифровых технологий – примерно в середине 1990-х – начале 2010-х гг.» [Neolex]⁶.

Зумеры родились в двухтысячных (2000 – 2010), они не видели мира без интернета и компьютеров. По мнению портала «Айсмарт», «если для миллениалов гаджеты – инструмент решения задач, то для их детей – часть реальной жизни. Интернет – это место знакомства, работы, проведения досуга, неотъемлемая часть повседневного быта. Они видят через него весь мир и могут показать себя миру, нажав пару кнопок на смартфоне» (ismart.org). Найденные нами примеры в НКРЯ (подкорпус «социальные сети») иллюстрируют активное включение слова в различные дискурсивные практики, связанные с цифровой культурой, технологическими предпочтениями и потребительским поведением. Например: *Ну и ладно, что они механические, но говорят, что зумеры не умеют пользоваться часами со стрелками; Бери ещё меньше Зумеры от 15 до 20 играют в майнкрафт поголовно; Да и не только под зумеров кстати* [НКРЯ].

⁶Заметим, что кодифицированной нормой записи существительного «зумер» является написание слова с одной согласной «м». Ошибочное написание, где используется удвоенная согласная «мм», может быть связано с созвучием слова с заимствованием из немецкого языка: «Зуммер (нем. Summer, от summen — жужжать), звукоизлучатель — сигнальное устройство, электромеханическое, электронное или пьезоэлектрическое.

Поколение Z получило также параллельное наименование *хоумлендеры* (от англ. *homelanders*, предложенного авторами теории поколений, разработанной У. Штраусом и Н. Хай), подчеркивающими в форме неологического сложносоставного существительного: home + land + -er постоянное нахождение данного поколения дома. Его представители черпают нужную информацию из международной паутины, играют в игры онлайн, общаться предпочитают в соцсетях и ориентированы в значительной степени на «живое общение» в режиме online» [Яшкова 2018: 258]. В отличие от предшествующих поколений, для хоумлендеров интернет не является «внешней средой», а воспринимается как естественная часть повседневного бытия.

Конфликт поколений, основанный на кардинальных различиях в технологических компетенциях, эксплицитным образом выражен в предложенном известным американским писателем и педагогом М. Пренски в 2001 году их разделении на ***Digital Natives*** (цифровые аборигены) и ***Digital Immigrants*** (цифровые иммигранты) [Prensky 2001]. Под «цифровыми аборигенами» принято понимать поколение людей, родившихся после цифровой революции, естественной средой пребывания которых с самого рождения является интернет-пространство, в то время как обозначение «цифровые иммигранты» относится к людям, для которых освоение цифровой среды представляет собой акт вынужденного переноса форм своего существования в виртуальную действительность.

Данные терминосочетания не фиксируются словарями новых значений и употребляются преимущественно в рамках научных статей различной проблематики. Для них характерна различная степень освоенности форм написания: от гибридной – «digital-поколение» – до полной кальки – «цифровое поколение». Например: «*Digital-поколение и его путь к успеху. Как стать успешным руководителем и строить цифровой бизнес*» (chitai-gorod.ru); «*Digital-поколение формирует новый тип мышления, где скорость*

обработки информации и способность к многозадачности становятся ключевыми навыками» (pedobr.ru) и др.

Кроме того, в Рунете, в различных видах дискурса активным образом функционирует сочетание «сетевое поколение», смысл которого является более прозрачным для носителей русского языка в связи с устоявшимся значением слова «сеть» в значении «то же, что Интернет» [НСЗ-90]. Данное сочетание также представляет собой кальку с английского *Net Generation*, своего рода гиперонимического объединения различных поколенческих групп людей, выросших в эпоху Интернета, в первую очередь, представителей *Поколения Y (Миллениалы)*. В определениях основных черт и свойств сетевого поколения существуют разночтения: некоторые исследователи напрямую ассоциируют их с «первым поколением людей, которые владеют цифровыми технологиями с самого детства» (hr-academy.ru), другие предпочитают более широкий подход к сетевому поколению как к «сформировавшемуся под влиянием информационно-коммуникативных, компьютерных и цифровых технологий, определивших сетевой характер его социализации, особенности ценностных ориентаций, сетевой идентичности и социокультурного образа» [Красноруцкий 2017: 15].

Несмотря на прозрачность внутренней формы термина и отсутствие необходимости «высчитывать» привязку к конкретным возрастным группам, данная номинация демонстрирует относительно низкую частотность употребления. В Национальном корпусе русского языка зафиксировано всего три контекста использования термина в основном подкорпусе, и по одному примеру в газетном подкорпусе и подкорпусе социальных сетей: *За этим поколением закрепился термин Generation Z – поколение Z, наряду с терминами поколение M, сетевое поколение и интернет-поколение, подчеркивающий ключевое отличие данного поколения от предшествующих.; Психолог Ларри Розен считает, что сетевое поколение (generation Net) способно слушать музыку, общаться в чате, бродить по сети, редактировать фотографии, делая при этом уроки, но платой за*

многозадачность становятся рассеянность, гиперактивность, дефицит внимания и предпочтение визуальных символов логике и углублению в текст [НКРЯ].

Критерий «врожденности» интернет-компетенций является определяющим для поколений зуммеров или миллениалов, однако вместе с ним западные социологи выделяют целый ряд особенностей, определяющих поведенческий фрейм представителей цифрового поколения. Основываясь на этих отличительных чертах, А.А. Эпова и Я.П. Мищенко [Эпова, Мищенко 2023] попытались выделить базовые социально-демографические и культурные характеристики каждого из поколений, которые были суммированы и представлены в следующей таблице:

Поколение	Годы рождения	Исторический контекст	Социально-экономические условия	Доминирующие ценности	Образовательный уровень	Особенности политической социализации
Поколение «Беби-бумеров»	1946–1964	Послевоенное восстановление	Экономический рост, стабильность	Трудолюбие, патриотизм	Среднее и высшее образование	Традиционные СМИ, партийная принадлежность
Поколение X	1965–1980	Перестройка, кризисы 90-х	Реформы, социальные потрясения	Индивидуализм, прагматизм	Высшее образование	Рост интереса к гражданским движениям

Поколение Y (миллениалы)	1981–1996	Глобализация, цифровая революция	Новые технологии, нестабильность	Свобода, мобильность	Высшее, цифровая грамотность	Интернет-активизм, децентрализация
-----------------------------	-----------	----------------------------------	----------------------------------	----------------------	------------------------------	------------------------------------

Таблица 1. Основные социально-культурные характеристики поколений [Эпова, Мищенко 2023: 50-51].

Кроме вышеуказанных номинаций по модели «Поколение + буквенный символ», существуют также наименования «поколение α » и «поколение β », которые имеют прогностический характер и дают наименования будущим поколениям.

Термин *«Поколение α (Альфа)»* был предложен австралийским демографом и социологом Марком МакКриндлом в начале 2010-х годов. Название происходит от первой буквы греческого алфавита – α , что символизирует начало нового цикла поколений, формирующегося в условиях цифровизации и технологического прогресса. В процессе работы над книгой «Азбука XYZ: Понимание глобальных поколений», МакКриндл столкнулся с необходимостью обозначить название для поколения, которое должно было появиться в ближайшем будущем. В связи с отсутствием устоявшегося термина для этого поколения, автор провёл социологическое исследование с целью выявления наиболее предпочтительного наименования: «наиболее упоминаемым было поколение Альфа, поэтому я остановился на нём. Это просто имело смысл, поскольку соответствует научной номенклатуре, использующей греческий алфавит вместо латинского. Они – первое поколение, родившееся в XXI веке, и поэтому они – начало чего-то нового, а не возврат к старому» [Wiki].

Поколение Бета – «поколение, следующее за поколением Альфа. К нему относятся люди, которые родились в период с 2025 по 2039 год» [Wiki]. Данное сочетание используется в социологических и маркетинговых исследованиях для анализа будущих тенденций, потребительских

предпочтений и образовательных запросов, а также в медиа для описания характеристик детей и подростков, формирующихся в условиях развития искусственного интеллекта, робототехники и виртуальной реальности. Приведем некоторые примеры: *«Дети цифрового века: что отличает поколение Альфа от предыдущих»* (style.rbc.ru); *«Поколение бета – это первые люди, которые с самого рождения будут окружены искусственным интеллектом. Они не просто будут использовать технологии – они будут взаимодействовать с ними на уровне мышления. Они будут воспринимать цифровую реальность как норму, а не как дополнение к жизни»* (tass.ru).

Можно предположить, что именно прогностический характер данных номинаций обеспечил их отсутствие в ряду уже зафиксированных различными неографическими источниками, как и отсутствие дублетных вариантов их обозначения и употребления. Однако в популярных медиаресурсах их иногда называют *Дети айпадов* или *Скринейджер/ы* (от англ. «screen» (экран) и «teenager» (подросток) (style.rbc.ru).

Сложность системы номинаций, в которой модель *Generation + буквенный символ* соседствует с другими наименованиями, не позволяет создать четкую картину выделяемых поколенческих градаций. Об этом свидетельствуют часто задаваемые вопросы (на английском и русском языках) в интернете, среди которых: *«Какая разница между поколением Y (миллениалами) и зумерами (поколением Z)»?* (journal.sovcombank.ru); *«Почему границы поколений так размыты»?* (journal.sovcombank.ru); *«В чём разница между поколением Z и поколением Альфа»?* (russian.rt.com) и т.п..

Вполне аргументированным в этой связи выглядит проведение эксперимента Л.А. Ждановой и В. Шоин, направленного на выявление того, насколько хорошо молодые носители русского языка понимают значение англицизмов-неологизмов (лексемы *миллениалы*, *зумеры*, *бумеры* и др.) со значением «поколение». На основе анализа данных НКРЯ, а также информации, полученной в результате опроса репрезентативной группы студентов МГУ, исследователи приходят к выводу о том, что «при

неочевидной научной ценности теория поколений оказала заметное влияние на массовое сознание и дала импульс для появления номинаций, заполнивших языковую лакуну – отсутствие средств самоидентификации с поколением как социальной общностью» [Жданова, Шоин 2023: 40]. Исследователями было выявлено, что наибольшим потенциалом для вхождения в язык молодежи в качестве самономинаций обладают лексемы *зумеры* и *миллениалы*, обозначающие поколения молодежи XXI в.

Кроме заимствованных номинаций, достаточно сложных для их запоминания и различения, в рамках русскоязычного интернет-пространства функционируют наименования общего характера, к которому относятся: *поколение гаджетов*, *поколение интернета (интернет-поколение)*, *гугл-поколение*.

Отметим также, что в английском языке появилось новое обозначение старшего поколения как ***The Silver Generation***, которое относится к группе людей старшего возраста, обычно от 50-55 лет, отличающихся активной жизненной позицией, растущим вкладом в экономику и рынок труда и увеличенной платежной способностью, стремлением к постоянному интеллектуальному и профессиональному развитию.

В различных работах по социологии, культурологии, лингвомаркетологии и психологии все градации поколений рассматриваются не только как представителей конкретной возрастной группы или сквозь призму уровня владения ими ИИ-технологий, но и наделяются различными поведенческими, психологическими и потребительскими навыками. Такой подход имеет под собой коммерческую основу и стремится рассматривать каждое поколение как определенную целевую аудиторию различных маркетинговых стратегий [см. подробнее Иоголевич 2025; Михалев 2023; Филимонова 2023 и др.].

Проанализированные выше номинации и их дублетные аналоги, как мы указывали, были разработаны в рамках теории поколений У. Штрауса и Н. Хау, и, по справедливому утверждению А.Д. Титковой, «являются наиболее

прижившимися и часто употребляемыми» [Титкова 2025: 341]. Отметим, что существуют, однако, и другие наименования для поколенческих групп [см. подробнее Пищик 2022; Шамис, Никонов 2017; Дж. Твенге 2021 и др.]. Обращает на себя внимание, что в рамках различных классификаций российских авторов основным ономаσιологическим признаком предлагаемых номинаций поколений является их привязка не к стадиям развития интернет-технологий, а к конкретным социоисторическим событиям [см. подробнее Спасенников 2021]. Приведем пример одной из таких классификаций: «Классификация мини-поколений в России (различное историческое время 1902-1982):

«Революцией мобилизованные и призванные» (1902-1909) – Первая мировая война, революции 1917 г., гражданская война;

«Поколение победителей» (1926-1927) – Победа над Германией и Японией; «Шестидесятники» (1928-1934) – Победа над Германией, борьба с космополитизмом, смерть Сталина и «оттепель»;

«Поколение 1937 года» (1935-1939) – смерть Сталина, XX съезд КПСС, Венгерское восстание 1956 г., Международный фестиваль молодежи в Москве в 1957 г.;

«Дети Великой войны» (1940-1945) – Международный фестиваль молодежи в Москве в 1957 г., начало космической эры, начало строительства коммунизма;

«Сломанное поколение» (1946-1950) – кризисы начала 60-х годов, попытки реформ 60-х годов и конец Пражской весны;

«Гагаринское поколение» (1958-1965) – застой и начало системного кризиса СССР, афганская война, польская солидарность;

«Чернобыльское поколение» (1966-1968) – «Траурная пятилетка» начала 80-х годов, Перестройка и Чернобыль, путч 1991 г.;

«Поколение дефолта» (1981-1982) – дефолт 1998 г. и вторая чеченская война.

Комментируя предложенную классификацию, ученый указывает, что, как и все другие поколенческие классификации, она «может быть полезна для любителей популярной истории, однако ее научно-практическая значимость, по-нашему мнению, вызывает сомнения» [Спасенников 2021: 17]. Примечательно, что тот же автор предлагает номинировать отдельные поколения с помощью названий знаковых литературных произведений или песенных текстов, например: «Комсомольцы-добровольцы» (1910-1916) – начало строительства социализма (коллективизация, индустриализация); «Дети Арбата» (1917-1922) – Большой террор 30-х гг., советско-финляндская война и Великая Отечественная война; «Навеки восемнадцатилетние» (1923-1925) – отступление и перелом в Великой Отечественной войне; «Поколение пепси» (1969-1974) – кризис Перестройки, распад СССР.

Последнее наименование заслуживает особого внимания, поскольку в предложенном писателем В. Пелевиным названии культового романа «Geneartion P» («Поколение Пи») не только используется базовая словообразовательная модель номинаций поколений, но и избирается метонимический способ: показать выбор поколением новой, «лучшей», как на Западе, жизни через недоступную ранее Пепси-колу, ставшую символом общества потребления.

Несмотря на то, что современное общество чаще всего характеризуется как «общество потребления», со свойственным ему отношением к жизни, к ее проживанию в режиме «здесь и сейчас», номинация «поколение потребителей» не относится к числу общеупотребительных. Согласно поиску в научной электронной библиотеке elibrary.ru только 8 публикаций вносят данное сочетание в состав ключевых слов. Всего один, но достаточно показательный с точки зрения культурных смыслов пример находим в НКРЯ, в основном подкорпусе: *Если ответственность за все плохие поступки детей целиком переложить на родителей, то очень боюсь, что мы вырастим безвольное поколение потребителей* [НКРЯ]. Немного больше примеров находим в газетном подкорпусе (11 вхождений) и 2 в подкорпусе социальных

сетей: *Поколение потребителей – сороки, хватающие самое большое, толстое, яркое, цветастое, шуришащее, блестящее, мигающее и пищащее; Почему так происходит? – Мы вырастили не одно поколение потребителей. Люди не хотят уметь, а хотят иметь [НКРЯ].* Можно предположить, что по мере вхождения всех поколений в стадию потребительского образа жизни смысл в номинации «поколение потребителей» исчезает.

Исследователь социальной лексики Л.А. Шестак обращает внимание на существование еще целого ряда номинаций поколений метонимической природы, не входящих в состав предложенных и проанализированных нами выше. В качестве мотивационных признаков в названиях поколений, по наблюдениям ученого, используются: номинации «по лидеру (*поколение Путина*), техническим достижениям (*поколение большого пальца* ‘набирающее SMS на смартфоне’), программам образования (*поколение ЕГЭ*), особенностям быта (*поколение сельдерейного фреша*) [Шестак 2025: 166].

Поколение большого пальца (калька с англ. Thumb Generation) – это название, данное Миллениалам (*Поколению Y*, рождённым в 1980–1990-х годах), а иногда и Зумерам (*Поколению Z*), из-за их умения быстро набирать сообщения и тексты на смартфонах и планшетах, преимущественно большим пальцем одной руки. Как видим, постоянное обращение с техническими гаджетами (название «поколение гаджетов» также встречается на некоторых интернет-ресурсах) способствует изменениям в мануальных навыках цифрового поколения. Отметим, что в Рунете таких употреблений очень немного, причем большинство из них носят экспланаторный характер, что подтверждает факт ограниченной известности данной номинации, например: «Миллениалов прозвали «поколением большого пальца» за привычку набирать сообщения в телефоне одной рукой» (www.kp.ru); «Благодаря смартфонам игреков называли «поколением большого пальца», поскольку они были первыми людьми, кто набирал сообщения в телефоне пальцем одной руки» (spsu.ru).

Согласно информации из различных интернет-источников, *Поколение сельдерейного фреша* – неформальный термин, пришедший из мира ЗОЖ,

ставший трендом благодаря медиуму и «целителю» Энтони Уильяму, предложившему его в 2019 году как «лекарство», очищающее организм от токсинов и впоследствии популяризированному звездами Голливуда. Хотя данная метонимическая характеристика поколения в точной формулировке в рунете практически отсутствует, однако информация о том, что потребление данного напитка поутру является модным трендом среди приверженцев здорового образа жизни, присутствует на многих сайтах. Неслучайно в единственном встреченном нами примере речь идет о том, что в нашей стране выросло изнеженное поколение потребителей: *«Мы не подготовили нашу молодежь к тому, что ей придется жить в мире, где может не быть сельдерейного фреша, а для многих – это страшно. Целое поколение «сельдерейного фреша» было выращено за последние десять лет в России, которое навряд ли будет теперь с мечтательным взглядом смотреть на звёзды»* (news.rambler.ru).

Изменение вектора геополитического развития страны в 2022 году обусловило необходимость формирования нового, анти-потребительского поколения, которому уже пришлось отказаться от статуса «хоумлендеров» и отправиться на специальную военную операцию. В различных медиаресурсах можно заметить зарождение тенденции называть тех, кто сражается на СВО, поколением героев, например: *«Более 2 тыс. человек приняли участие в московском молодежном патриотическом форуме Поколение героев»* (tass.ru). Заметим, что с данной номинацией перекликается название телепрограммы «Время героев», еженедельно выходящей с 2025 года на «Первом канале». На основании анализа присутствия данной темы в информационном поле можно сделать прогностический вывод о высокой вероятности появления новой номинации.

Общий список соционимов, основанных на поколенческом критерии, представлен в Приложении 1 (Таблица 5).

1.4. Соционимы, основанные на локализационном критерии

Локализация населения во все исторические периоды являлась одним из основных критериев стратификации различных этносоциумов, формирующихся в рамках оппозиций «центр» – «периферия» или архитектурной дихотомии «свой – чужой» [см. подробнее Бевз, Тимощук 2024]. С древних времен человечество организовывалось в рамках политэкономических локусов, получивших статус государств, внутри которых разделялось на горожан и сельчан, жителей столицы и провинции, или же переселялось в другие регионы и страны, приобретая статус перемещенных лиц, переселенцев, беженцев, мигрантов, иммигрантов эмигрантов и т.п.

Распад СССР привел к катастрофическим последствиям для многих жителей постсоветского пространства, что кардинальным образом поменяло российскую стратификационную структуру. В этот период в России возникает социальная группа беженцев, покидающих бывшие республики СССР преимущественно по этническим мотивам. Улучшение экономической ситуации в России способствует возникновению страты **мигрантов**, которые впоследствии создают институциональные формы объединения – этнические диаспоры или этнические общины.

Трудовая миграция, являющаяся в настоящее время основной функцией пребывания переселенного населения на территории Российской Федерации, потребовала правового урегулирования основ нахождения мигрантов в России. Однако, на что обращают внимание многие российские социологи, в законе «О правовом положении иностранных граждан в Российской Федерации» 25 июля 2002 г. № 115-ФЗ употребляются термины «иностранец», «лицо без гражданства» [Федеральный Закон от 22.06.2002 №115-ФЗ], в то время как термин «мигранты» не используется. Нормативное определение данного понятия представлено только в Концепции государственной миграционной политики Российской Федерации на период 2019–2025 годов (утверждена Указом Президента РФ от 31 октября 2018 г. № 622), где термин «мигранты» используется в контексте **иностранцев**

граждан и лиц без гражданства, которые пребывают на территории Российской Федерации, а также постоянно или временно проживают в стране: «На территории Российской Федерации ежегодно пребывает около 10 млн. иностранных граждан и лиц без гражданства (далее - иностранные граждане) постоянно или временно проживает в Российской Федерации более 1 млн. иностранных граждан» [Указ Президента РФ от 31.10. 2018 № 622].

Социоисторические изменения в составе и целеполагании переселяющихся в другие страны групп населения находят свое отражение в дефинициях слова *мигрант* в толковых словарях русского языка различных периодов. Так, в МАС миграция истолковывается как «перемещение народов» (с пометой историческое, этнографическое), а «мигрант – [От лат. *migrans, migrantis* – переселяющийся] 1. ист., этногр. Мигрирующие народы, племена, слои населения [МАС]. В «Большой российской энциклопедии» предлагается юридическая характеристика страты, указывающая на законность и временность пребывания на территории другой страны: «мигранты – лица, проживающие на законных основаниях в государстве, гражданами которого они не являются. Статус мигрантов всегда является временным: он утрачивается в связи с выездом из страны пребывания или приобретением её гражданства» [БРЭ]. «Словарь профессионального образования» выделяет в определении возможные причины миграции: «мигрант – лицо, совершающее переселение, меняющее местожительство внутри страны или переезжающее из одной страны в другую, чаще всего из-за экономической, политической, национально-правовой нестабильности и других причин» [СПО]. «Словарь новых слов и выражений» в соответствии с актуальными условиями миграции сужает значение слова до исключительно трудовых миграционных процессов: «мигрант – трудовой мигрант. Тот, кто меняет место жительства, переселяется из одной местности, страны в другую, в поисках работы» [НСЗ-90].

В рамках словоупотребления термина «мигранты» часто встречается недопонимание различий между созвучными терминологическими «иммигранты» и «эмигранты». В этой связи О.В. Кудин подчеркивает, что «в

отечественном словоупотреблении вместо понятия «иммигрант», используемого в зарубежных странах, традиционно используется сокращенное понятие «мигрант», которое является родовым и охватывает два других базовых понятия: «эмигрант» и «иммигрант» с их многочисленными разновидностями» [Кудин 2022: 109]. Заметим, что понятие «эмигрант» следует отнести к исторически и лингвокультурно детерминированной страте сословных выходцев из России после событий 1917 года, получившей свое метонимическое обозначение «белой эмиграции» или «белоэмигрантов». В то же время понятие «иммигрант» в большей степени относится к социологическому дискурсу, характерному для многих западных стран.

В социологии термин «мигрант» рассматривается в качестве родового понятия, относящегося к «лицу, которое меняет страну своего обычного проживания» [Бевз, Тимощук 2024: 35]. Столь широкое толкование предусматривает появление целого ряда атрибутивных сочетаний, которые уточняют разновидность миграции. Так, в электронной базе научных публикаций elibrary находим 517 коллокаций, образованных преимущественно по модели «Adj. + N.» или (реже) по свойственной английскому языку модели «N. + N.». Среди них основная часть характеризует мигрантов по цели их миграции: *трудовые* (1336 употреблений в качестве ключевых слов), *трудящиеся мигранты*, *работающие мигранты* (*работники-мигранты*, *трудящиеся-мигранты* и др.); *образовательные*, *учебные мигранты*, *мигранты-школьники*, *мигранты-студенты*, *учащиеся-мигранты* и др.; по этнической принадлежности (*этнические*, *иностранные*, *китайские*, *украинские*, *таджикские* и т.п., при этом часть из них эксплицитным образом подчеркивает этническую или инокультурную чуждость переселенцев: *иноэтнические*, *инокультурные* и даже *культурно отличимые мигранты*); по возрастному, поколенческому или гендерному критерию (*дети-мигранты*, *подростки-мигранты*, *родители-мигранты*, *семьи-мигранты*, *женщины-мигранты* и др. (elibrary.ru).

Несмотря на то, что соционим *мигранты* является нейтральным и межстилевым термином, тем не менее, о сформировавшемся в определенной части российского общества негативном отношении к мигрантам свидетельствует как наличие оценочных употреблений данного слова, так и возникновение целого ряда разговорных соционимов, составляющих часть оппозиции «свой/чужой». К числу причин негативного отношения к данной страте населения социологи и социолингвисты чаще всего относят недостаточный уровень образованности и культуры, высокую криминогенность среди данного сегмента населения и их нежелание интегрироваться в российский социум. «В Россию едет самое малообразованное и безработное население, причем изначально агрессивное настроенное по отношению к коренным жителям» [Рожков, Молчанова, Попова, Лопухов 2025: 2]. Все эти факторы вызывают обратную негативную реакцию среди россиян, в том числе на уровне номинаций «пришлого», этнически и культурно чуждого населения.

Е.В. Комарова, анализируя образ мигранта в официальном дискурсе и его восприятие пользователями социальных сетей, отмечает, что в обоих дискурсивных областях очевиден акцент на противопоставлении «их» ценностей «нашим», что создаёт риторику угрозы. На лексическом уровне такой эффект достигается с помощью системно или контекстуально нагруженных употреблений слов *нелегалы*, *цыган*, *черный*, *араб* и др. [Комарова 2019]. К схожему выводу пришли и другие исследователи образа «чужого» в медиапространстве, выделяя в качестве наиболее употребительных такие слова, как *гастарбайтер*, *иностранец*, *иностранец*, *нелегал*, *таджик*, *киргиз*, *узбек*, *выходец из Средней Азии*, *жители стран СНГ*, *приезжий гость* [Исхаков, Старостин, Шадрин 2015: 334]⁷.

⁷Заметим, что в социолингвистических исследованиях можно найти и другие результаты, свидетельствующие о преобладании толерантного отношения к мигрантам. Согласно данным опроса, проведенного С.В. Шустовой и Е.О. Зубаревой, 51 % респондентов привели ассоциации нейтрального характера (*иностранец*, *беженцы*, *приезжий* и др.), и только 11 % указали на лексические единицы с отрицательным оттенком значения (*гастарбайтер*, *нелегал*, *черный*, *чурка*, *хачик*, *оранжевая жилетка*, *незванный гость*, *понаехавшие* и др.). [Шустова, Зубарева 2022: 200].

Примечательно, что отнесенное к негативно окрашенным обозначение *гастарбайтер* (от нем. «Gastarbeiter», досл. гость–работник), «рабочий-эмигрант, нанимаемый на работу на менее выгодных условиях, чем гражданин данной страны» [НСРЯ] в рамках социологических работ используется в качестве терминологического с целью обозначения «иностранца или жителя другого государства, работающего по временному найму» [см. подробнее Емелин, Салихова 2024; Дидух 2009; Юдина 2006]. Например: «Сферы, оставляемые гастарбайтерами из КНР, заполняются сегодня и на Дальнем Востоке выходцами из государств Центральной Азии» [Дидух 2009: 139]; «Институционализация системы привлечения гастарбайтеров позволяет государству решать краткосрочные задачи дефицита рабочей силы в конкретных секторах экономики, таких как строительство или сфера услуг» [Юдина 2006: 283].

В рамках функции «Портрет слова» НКРЯ генерирует ближайшие семантические ассоциаты заданного слова, в том числе указывая и на слово *гастарбайтер*:

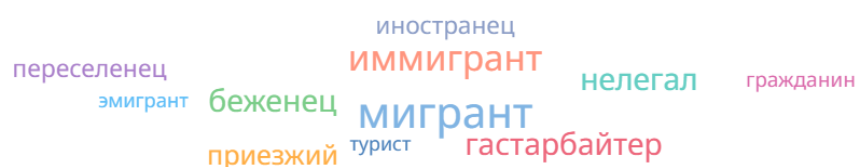


Рис. 5. Ближайшие семантические ассоциаты лексемы *мигрант*

О нейтральном употреблении соционима *гастарбайтер* могут свидетельствовать и данные НКРЯ, в котором наибольшая частотность характерна для газетного корпуса (5021 вхождение). Например: *В Федерации мигрантов России (ФМР) напомнили, что в период пандемии действует упрощённый порядок въезда в нашу страну гастарбайтеров* [НКРЯ]. В то же время существует целый ряд контекстов, свидетельствующих о дискриминационных практиках по отношению к стране, именуемой *гастарбайтерами*. Например: *Одна из первых ассоциаций со словом «стройка» – это гастарбайтеры; Мигрантам, работающим по патентам,*

то есть гастарбайтерам из Азербайджана, Молдавии, Таджикистана, Узбекистана и Украины полис ОМС не положен; Это одна из основных причин феномена «работающих бедных», отъезда из страны высококвалифицированных кадров и талантливой молодежи, вытеснения россиян с рабочих мест гастарбайтерами, многие категории которых даже при формальном трудоустройстве освобождены от социальных отчислений (поэтому они более привлекательны для работодателей и в некоторых профессиях зарабатывают больше, чем граждане России) [НКРЯ].

По наблюдениям Х. Шерали, слово «гастарбайтер» в современном медиапространстве используется по отношению к «самым нищим, необразованным людям, согласным выполнять любую грязную работу за черный нал» [Шерали 2021]. Особенно значимым, по мнению исследователя, является факт целенаправленной стигматизации трудовых мигрантов через языковые механизмы, формирующие устойчивый отрицательный образ данной социальной страты. К числу таких механизмов следует отнести появление в разговорной речи усеченной формы *гастер(ы)*: *В нашем районе полно гастеров – они заполнили все стройки; На рынке опять гастеры торгуют – цены завышают, а качество товара низкое* (www.fastslang.com). Как известно, усечение (сокращение основы) часто используется как словообразовательный прием формирования негативно-оценочной лексики, имеющей оттенок пренебрежения или сниженной разговорной стилистики [см. подробнее Гасанова 2023]. Имеются отдельные случаи употребления диминутива *гастрики*, например: *«Ну, потому что я каждый день, проходя по подземному переходу, шарахаюсь от гастриков, таджиков и всяких черных, гоняющих по этому переходу на мотиках с доставкой чего-нибудь»* (www.livejournal.com), свидетельствующие о скорее фамильярно-сниженном отношении к представителям данной страты.

Оригинальную модель образования лексической единицы с устойчиво негативным оценочным значением наблюдаем в существительном **понаехи**, которое фиксируется ресурсом «Неолекс» с 2001 года: «понаехи – обычно *мн.*

неодобр. О том, кто в числе прочих переехал в какое-л. удобное для жизни, популярное место; о переселенце» [Neolex]. Как отмечает И.А. Меркулова, «понаехавшие пришли на смену активному когда-то слову *лимита* – рабочие из провинций, которые получали временную прописку по лимиту, выделявшемуся предприятиям» [Меркулова 2023: 326]. Устойчивую пейорацию данному образованию придает, очевидно, способ его образования от глагола «понаехать», в котором две приставки *по-* и *на-* указывают на результат, превышающий норму или желательные границы. Отметим, что производное *понаехи* чаще используется по отношению не только к внешним, но и внутренним мигрантам и даже туристическим потокам, о чем свидетельствуют различные контексты употребления: «Как отличить коренного новоросийца от «понаеха»: 12 слов и выражений, которые используют только местные жители» (ok.ru); «Несуны» и «понаехи» – как называют туристов отельеры и местные» (tonkosti.ru); «Типичная семья понаехов – это молодая пара с ребенком или двумя. Устав от холода, дорогих продуктов, отсутствия работы и вятных перспектив, они решаются радикально изменить свою жизнь к лучшему и переезжают в Краснодар, о существовании которого в их родном Екатеринбурге/Хабаровске/Мурманске еще лет пять назад мало кто знал» (93.ru); «Понаех понаеху рознь. Есть нормальные понаехи с нормальной манерой общения, а есть те, кто сюда приперся и дешевые понты показывает, вот как их терпеть? Езжайте назад в свои колхозы, претесь к нам в город, понаехи» (vk.com).

Как указывает портал «Правда», слово *понаехи* «стало социальным маркером, обозначающим противоречия между "коренными" жителями и новыми переселенцами, поскольку изначально "понаехи" восхищаются морем, горами и климатом, но спустя несколько месяцев начинают жаловаться на местные реалии – низкие зарплаты, медлительный сервис, пробки и жару. В ответ часть старожилов воспринимает их с раздражением: конкуренция за рабочие места растёт, цены на жильё поднимаются» (www.pravda.ru).

Использование разговорных номинаций (*понаехи* или *гастеры*) служит неким инструментом маркировки «чужого», исключая носителя этих ярлыков из пространства «своих» для коренного населения. Такое отчуждение становится одним из катализаторов поиска поддержки и защиты «среди своих», что ведет к институциональной консолидации мигрантов. Основные номинации, используемые для обозначения данных социальных объединений, это чаще всего этнические общины или (этническая) диаспора.

Термин «**диаспора**» (от греч. *diaspora* – рассеивание) истолковывается в словарях как «большая группа народа (этническая общность) в силу различных причин живущая вне страны основного поселения на положении национально-культурного меньшинства» [НСРЯ], или как «совокупность лиц, проживающих за пределами основного традиционного места расселения этноса, объединенная этническим самосознанием и сохраняющая свой этнический язык в качестве одного из средств общения» [Жеребило 2010: 118].

Более точное определение находим в трудах российских социологов, определяющих диаспору как устойчивую совокупность людей единого этнического происхождения, живущих в иноэтническом окружении за пределами своей исторической родины и имеющих социальные институты для развития и функционирования данной общности [Тощенко, Чаптыкова 1996]. З.И. Левин, рассматривая диаспору как часть этноса за пределами страны его происхождения, полагает, что диаспора существует, пока сохраняется ее этнокультурная специфика, высшим проявлением которой является сложившийся менталитет, определяемый характерным противостоянием «Мы – Они» [Левин 2001]. В то же время другие социологи подчеркивают, что феномен современных диаспор содержит в себе слабо исследуемое явление наложения друг на друга социальных, этнических и политических пространств, вследствие чего стало возможным возникновение и существование глобальных этнических анклавов, пересекающих границы культур и государств [Попков 2003: 26].

Если первоначально активизация использования данного термина была связана с реаксиологизацией той страты российского населения, которая покинула Россию и СССР в различные исторические периоды (*русскаяязычная диаспора, русская диаспора, православная диаспора* и т.п.)⁸, то в настоящее время очевиден акцент на этнических диаспорах или общинах внутри самой России. Чаще всего контексты употребления данных слов связаны либо с идеями о необходимости культурного взаимодействия этнодиаспор с коренным населением или с разработкой правовых основ противодействия криминализации этнических диаспор, например: «*Этнические диаспоры как угроза национальной безопасности России в условиях гибридной войны*» [Рожков, Молчанова, Попова, Лопухов 2025]; «*Влияние этнических диаспор на криминогенную ситуацию в РФ*» [Рубцов 2024].

События 2022, связанные с объявлением Президентом Российской Федерации В.В. Путиным Специальной военной операции 24 февраля 2022 года на территории Украины с целью военной помощи республикам Донбасса, денацификации и демилитаризации Украины, обеспечения безопасности России, привели к возникновению новой социальной страты, получившей наименование *релоканты*. К *релокантам* относятся «граждане России, сменившие «локацию» в связи с проведением специальной военной операции (далее – СВО) и не относящие себя к эмигрантам» [Булгакова 2024: 289]. В рамках оперативной неографии данный термин был впервые зафиксирован в 2007 году в ресурсе «Неолекс» в значении: «тот, кто сменил место жительства по производственной необходимости (обычно в результате переезда в другую страну или в другой регион)» [Neolex]. Однако в 2022 году это слово стало употребляться исключительно по отношению к гражданам Российской Федерации, покинувшим страну в конкретный временной период: «релокант – обычно *мн.* О российском гражданине, покинувшем страну в связи с началом

⁸Интересные наблюдения за функционированием номинаций, относящихся к заграничной диаспоре русских переселенцев, содержатся в работах С.Т. Золяна, обращающего внимание на то, что существительное «соотечественники» используется именно по отношению к тем этническим русским, которые давно уехали и проживают за рубежами России [см. подробнее Золян 2020, 2017].

СВО или объявлением частичной мобилизации (обычно с сохранением работы)» [Neolex]. Если в 2007 году в качестве причины смены места своего проживания выступала «производственная необходимость», то в современных условиях на первый план вышли геополитические обстоятельства. В результате произошла спецификация значения, обусловленная новым социо-историческим контекстом. Существительное *релокант* приобрело особое социально-культурное звучание, отделяющее релокантов как от классических эмигрантов (уезжающих навсегда), так и от *экспатов* (иностранных специалистов, работающих по контракту).

Следует отметить, что на различных интернет-порталах не существует единогласия в интерпретации данного соционима, например: *«Релокант – это человек, который переехал в другую страну для работы или проживания, но необязательно разорвал юридические, культурные или личные связи с прежним местом жительства. Ключевой признак здесь – сам факт переезда, а не статус, гражданство или политические взгляды»* (www.rbc.ru); *«Релокант – производное от слова «релокация». Понятие это относится, прежде всего, к миру бизнеса и маркетинга»* (dzen.ru); *«Релокант – это человек, который иммигрирует в другую страну из-за учебы или трудоустройства, а его переезд связан с ременными обстоятельствами или профессиональной деятельностью»* (bespalov-finance.ru). Однако большинство контекстов употребления этого неологизма подтверждает политическую или экономическую (а также их совокупность) мотивацию той части населения, которая предпочла уехать в другие страны. В.И. Супрун в качестве общей причины релокации россиян указывает эффект «пост-глобализации», в результате которого «новые кочевники» устремились в соседние страны, где продолжают работать удалённо в российских компаниях, деятели литературы и искусства вспомнили свои этнические корни и убыли на ПМЖ в Израиль, «испуганные патриоты» всех мастей разъехались по всему миру» [Супрун 2024: 2012].

Социологические исследования свидетельствуют о преобладании молодежи среди релокантов, а также стран СНГ среди мест их переселения (Армения, Грузия, Казахстан, Кыргызстан) [см. подробнее Плеханов 2025; Челпанова 2024; Макаров 2025]. Публикации на различных интернет-порталах, посвященных проблеме релокации, позволяют сделать вывод о том, что, уехав в бывшие республики СССР, релоканты занимают там позицию «чужого» по отношению к коренному этническому населению. Таким образом, представители данной социальной страты становятся «двойными» чужими, занимая эту позицию в рамках дихотомии «свой/чужой» как в собственной стране, так и в стране релокации.

Отрицательное отношение к представителям страты релокантов отражается в разговорных номинациях *уезжанты*, *отъезжанты*, *покиданцы*. Образование существительных *уезжанты*, *отъезжанты* от глаголов «уезжать»/«отъезжать» с помощью суффикса, тяготеющего к терминологическим функциям [см. подробнее Лопатин, Улукханов 2016], производит эффект преднамеренного стилистического снижения, что дает основания к причислению слов к социофолизмам («слово или словосочетание, негативно обозначающее человека по тому или иному социальному признаку» [Меркулова 2023: 326]). Например: «*Им вторил хор наших «уезжантов» и «западников», сбежавших из России*» (lgz.ru); «*Хитрость, жадность и предательство съели уезжантов дотла*» (ria.ru); «*Элитные "уезжанты", возвратились...Видать, опять, "переобулись"*» (stihi.ru).

Исследуя новые пейоративные обозначения, Н.М. Усенко отмечает, что пейоративность, присущая номинациям *релоканты*, *уезжанты* и т.п. «входит в семантическую структуру этих единиц, а не только связана с их эмотивными характеристиками. Это номинации, за которыми оказывается свернутый оценочный текст как слепок с ситуации, а не только отражение отдельного оценочного параметра субъекта» [Усенко 2024: 144].

Новостной портал «Комсомольская правда» предлагает и другие номинации людей, покинувших страну в начале СВО, однако не получившие

столь широкой употребительности, как релоканты: «*поуехавшие*», «*унаехи*», «*релоканты*», «*сентябрята*», «*самокатчики*», «*философский самокат*», «*философский самолет*» (www.kp.ru).

Общий список соционимов, основанных на локализационном критерии, представлен в Приложении 1 (Таблица 3).

1.5. Соционимы, основанные на поведенческом критерии

Не вызывает сомнений, что все социальные страты имеют определенные отличия в поведении, зачастую обусловленные финансовым положением, социовозрастными параметрами, степенью вовлеченности в различные области существования социума. Выделение нами поведенческого критерия в качестве определяющего связано, в первую очередь, с существованием заимствованного понятия «креативный класс», а также заимствованных из английского языка неолексем, вытеснивших соционим «коллектив» (команда, команда мечты, тим и т.п.) с его неконкретизированной семантикой и широкой референцией.

Термин «*креативный класс*» был предложен Р. Флоридой, издавшим в 2002 году книгу под названием «Креативный класс. Люди, которые создают будущее» [Florida 2002]. Креативный класс определялся автором как часть среднего класса, активным образом включённая в постиндустриальный сектор экономики и в глобальный мир. По мнению американского экономиста и социолога, именно этот класс создаёт в развитых странах интеллектуальный продукт, задает образцы поведения и служит образцом для подражания.

Введение данного понятия в политико-экономический и социальный нарратив России имело явный социопроективный характер. Это нашло свое отражение как в высказываниях российских политических деятелей, так и в общей образовательной повестке России, в которой развитие креативности стало одним из обязательных требований системы. Так, Ю.Г. Волков, один из ведущих социологов России, говорил о необходимости формирования в

России *креативного класса*, «обеспечивающего инновационное развитие, а также о многоуровневой его идентичности» [Волков 2016: 5]. О важной роли данной социальной группы говорил и президент России. При этом обращает на себя внимание разница в подходах к определению данного класса: если Р. Флорида описывал его преимущественно с точки зрения доходов, то В.В. Путин основное внимание уделял именно творческой составляющей в работе и жизнедеятельности данной группы. В 2012 году, в День Конституции 12 декабря, президент сказал: «Креативный класс, а если использовать более традиционное слово интеллигенция, – это прежде всего врачи, учителя, работники культуры» (www.gazeta.ru).

Однако в отличие от нарратива, господствующего в публичной повестке, соционим *креативный класс* «чрезвычайно быстро получает крайне негативную оценочную коннотацию» [Бабанов, Киселева 2019: 233]. По наблюдениям философа И.С. Качая, «изначально употреблявшееся лишь в позитивном контексте <...> это слово со временем изменило свое семантическое наполнение и стало характеризовать человека, стремящегося любыми (даже аморальными) способами покорить вершину социального олимпа» [Качай 2016: 35]. Историк Б.Ю. Кагарлицкий также считает, что специфика представителей креативного класса «состоит в том, что «позитивная» или «трудовая» деятельность представителей креативного класса не содержит ничего полезного <...>. Они пишут статьи, не содержащие не только оригинальных мыслей, но и новой информации, они создают произведения искусства, лишенные эстетического содержания, они получают гранты и стипендии на изучение предметов, не интересных и не нужных никому, включая их самих. Никаким творческим пролетариатом они не являются, никакой эксплуатации ни в какой форме не подвергаются, никакого участия в создании новой стоимости не принимают. Их политэкономическая функция – потреблять, задавая более широким массам того же среднего класса и тиражируя потребительские модели, тренды, образцы, культурные нормы.

Это не класс наемных работников, а масса наемных потребителей» [Кагарлицкий 2012].

Негативное отношение к *креативному классу* получило свое отражение и в окказиональных номинациях: контаминации *креакл*, образованной с помощью сложения частей корневых морфем – КРЕАтивный + КЛасс. В основе данного образования лежит «юмористическое обыгрывание имени мифологического героя Геракла, подчеркивающая искусственно приписываемая представителям данного класса социально-экономическую значимость [Бабанов, Киселева 2019: 234]. В качестве синонимических единиц эти же авторы приводят такие номинации, как *креативный (офисный) планктон*, *офисные сидельцы*, *социальная прослойка паразитов* и т. п.

Появление множественного числа слова *креаклы* еще в большей степени отражает негативное отношение к представителям данного класса, что может быть связано с сужением его референтного состава до участников серии протестов в Москве (neolurk.org). По определению словаря сленга, «самоназванный креативный класс, ранее носивший звание интеллигенции и совести народной, представляет собой концентрат офисного небыдла либерально-оппозиционного толка, весь креатив которого сводится к придумыванию прозвищ и рисованию примитивных оскорбительных плакатиков и демотиваторов» (myslang.ru).

Негативное отношение к людям, объявившим себя *креативным классом*, выражается также в процессе универбации сочетания и субстантивации прилагательного, например: «*Креативные*» – как с цепи сорвались. <...> «*Креативные*» мыслят масштабно и глобально: уж ругать – так Россию, ненавидеть – так весь русский народ. <...> И не вымолить народу прощения у «*креативных*», ничем себя не реабилитировать в их глазах: дрянной, негодный, народишко, тьфу (domestic-lynx.livejournal.com).

На основе контамината *креакл* возникли также игровые номинации *креаклиат* (люмпен-креаклиат) и *креаклитарий*, которые, в свою очередь,

основываются на аналогии с соционимом *пролетариат* и соответственно *пролетарий*.

По данным НКРЯ сочетание *креативный класс* (218 вхождений в газетном корпусе и 22 в основном) фиксируется с 2000-ых гг. (Рис. 6). Основной всплеск употребления приходится на 2011-2012 и достигает пика в 2015. Это коррелирует с общественно-политическими процессами в России того времени, когда концепция Р. Флориды была интегрирована в российскую публичную сферу и трансформирована из экономической категории в социально-политическую. Однако постепенно англо-американский концепт начал отторгаться русским социумом. Анализ данных показывает, что упоминания сочетания в основном корпусе прекращаются в 2016 году, тогда как в газетном корпусе они сохраняются до 2021 года, хотя и в единичных случаях, что свидетельствует о деактуализации понятия. К 2016 году термин потерял свою новизну и объяснительную силу для широких социальных текстов. Сохранение соционима в газетном корпусе до 2021 года может объясняться инерцией политической риторики или ретроспективным использованием термина при анализе событий прошлых лет.

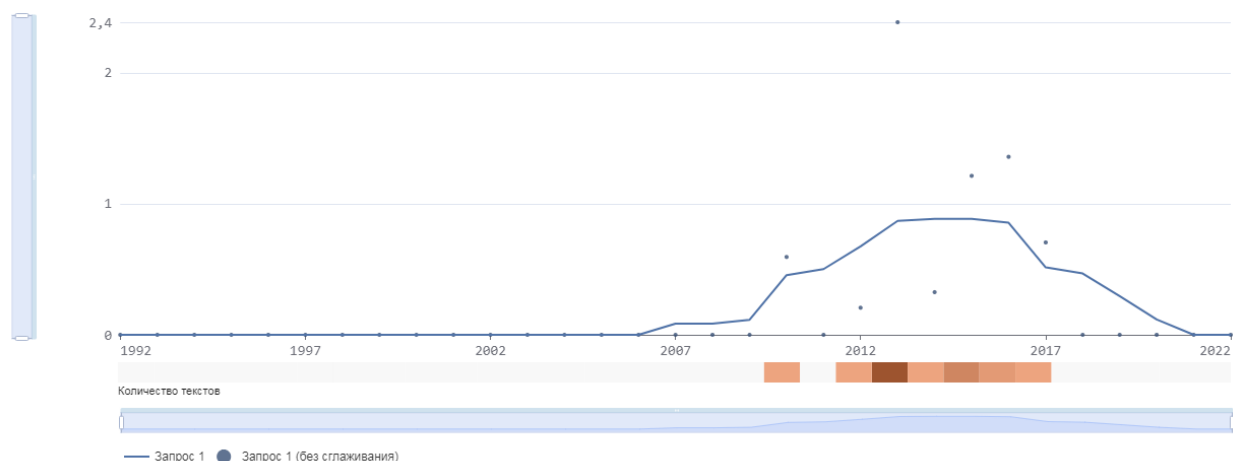


Рис. 6. Распределение по годам в основном корпусе с 1992 по 2022 соционима *креативный класс*.

Приведем примеры: *Тем временем новый-городской-столичный-образованный-высший-средний-класс, в бунтарском девичестве креативный класс, позволил себя использовать ради продолжения реализации утопии*

*авторитарной модернизации в отдельно взятой агломерации; Креативный класс способен менять города, его эффективность достигается при сотрудничестве городской власти, частных инвесторов и активных жителей; Давно заткнулся креативный класс, и сам я верю, сам я допускаю: «Ты видишь это все в последний раз», как пел когда-то доктор Розенбаум, леча аппендицит-панкреатит, когда он был веселым раздолбаем, а не звездой *chanson patriotique* [НКРЯ].*

Как можно заметить, мелиоративное значение *креативного класса*, как людей, которые будут продвигать общество в светлое будущее, сменилось пейоративным значением, как людей, которые превозносят себя над остальным социумом, не имея для этого объективных причин.

Креативный класс, представляя собой особую социальную группу, естественным образом тяготеет к командной форме организации работы, что отразилось в появлении и активизации в различных типах дискурса лексемы команда, используемой в новом, социопроективном значении.

Согласно толковому словарю Ушакова, существительное **команда** является многозначным и истолковывается, как: «команда, команды, ж. (фр. *commande*). 1. Словесный краткий приказ по установленной форме (воен.). 2. перен. Принуждение, проявление прихоти, каприза (разг. неодобрит.). 3. Начальствование над какой-н. частью войск, командование (воен. разг.). 4. Небольшая воинская часть, выделенная в особую единицу (воен.). 5. Экипаж судна, матросы вместе с начальством (мор.). 6. Служащие какой-н. пожарной части при исполнении служебных обязанностей (спец.). 7. группа участников спортивного состязания, одна из борющихся сторон, подчиненная своему капитану (спорт.). 8. Всякая группа лиц, ватага, компания (разг. фам. шутл.)» [Ушаков].

Анализ данных НКРЯ свидетельствует о том, что ранее лексема *команда* чаще всего употреблялось в отнесении к военным или спортивным организациям. С начала 90-х годов слова *команда* начинает внедряться в состав мотивационных слоганов, продвигающих понятие ценности слаженной

работы для достижения поставленных целей. Например: *Мы – команда! Мы настоящая команда! Мы команда мечты!* Или прямое заимствование из английского языка *Мы дрим тим!* В качестве мотиваторов используются и такие заимствования, как *дрим спирт* или калькированное *командный дух*. О социопроективной функции данного слова свидетельствует и активизация использования кальки *командообразование* и одновременно прямого заимствования сочетания *team building*. На портале «Карта слов и выражений русского языка» значение сочетания *командообразование*, объясняется следующим образом: «Командообразование, или *тимбилдинг* (англ. *team building* – «построение команды») – термин, обычно используемый в контексте бизнеса и применяемый к широкому диапазону действий для создания и повышения эффективности работы команды. Идея командных методов работы заимствована из спорта и стала актуально внедряться в практику в 60-70 годы XX века» (kartaslov.ru).

Все фиксируемые наблюдения показывают, что слово *команда* в новом значении как эффективный способ организации, работающей на одну цель, функционирует в качестве соционима, призванного усилить эффективность работы за счет мобилизации внутренних ресурсов и осознания ценности интеграции коллектива. Об этом свидетельствуют сайты HR-специалистов, которые предлагают различные способы по созданию эффективных команд, а также групповые программы, нацеленные на формирование так называемого *тим спирит*, к которым относят мероприятия в неофициальной обстановке, укрепляющие связи между сотрудниками и командный дух.

Характер саморекламы получает входящее в состав данного соционимического сегмента сочетание *дрим тим* (англ. *Dream team*), которое используется также в формате кальки «команда мечты». Включение существительного «мечта» в генитивное сочетание обозначает уникальный уровень компетенций и эффективности группы сотрудников, о котором можно только мечтать. Например: *Моя Dream Team (команда мечты – прим. «Ленты.ру») сделает все возможное для блестящего номера, от песни до постановки;*

Попавшие в санкционные списки крымчане держались бодро. Вице-премьер Республики Крым Дмитрий Полонский признался, что рад оказаться в компании «со многими замечательными людьми». «У меня устойчивое ощущение, что США делают все для формирования самой настоящей русской dream team (команда мечты – прим. «Ленты.ру»)), – отметил чиновник. И предсказал, что «наша команда еще не раз надерет задницу» США, которые сочли себя «вершителями человеческих судеб; Например, встреча Нового года компанией и прочие радостные поводы, на которых укрепляется командный дух и формируется эдакая «дримтим» – команда мечты [НКРЯ].

Еще одна социальная страта, возникшая в российском обществе под явным воздействием западных стратификационных параметров, это **волонтеры**. Поскольку данная страта включает в себя самых различных представителей: от бедных до богатых, от простых обывателей, граждан России до тех, кто именует себя звездами, мы включаем ее именно в группу, которая характеризует поведенческие особенности людей. Этимологические данные свидетельствуют о том, что слово первоначально заимствовано русским и английским языками из французского *volontaire*, которое изначально использовалось для обозначения человека, добровольно поступившего на военную службу. В современном русском языке слово *волонтёр* закрепилось уже в общем значении людей, оказывающих безвозмездную социальную помощь, что было заимствовано из западных социальных практик.

Юридический статус волонтеров в стране регулируется законодательством. Основными документами являются Федеральный закон от 11 августа 1995 года № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и добровольчестве (волонтерстве)», Гражданский кодекс РФ (ст. 117) и некоторые другие документы локального характера. При этом закон даёт следующие определения: *волонтеры* «(добровольцы (волонтеры)) – физические лица, осуществляющие добровольческую (волонтерскую) деятельность в целях, указанных в пункте 1 статьи 2 настоящего Федерального

закона, или в иных общественно полезных целях» [Федеральный закон от 11.08.1995 № 135-ФЗ]. *Волонтерство* «(добровольчество) – добровольная деятельность граждан и юридических лиц по бескорыстной (безвозмездной или на льготных условиях) передаче гражданам или юридическим лицам имущества, в том числе денежных средств, бескорыстному выполнению работ, предоставлению услуг, оказанию иной поддержки» [Там же].

Значимость волонтерского движения настолько высока, что составляет предмет исследования многочисленных работ по социологии [см., например: Воробьев 2026; Мазанова 2025; Якунина 2023 и др.].

О широчайшем референтном составе данной группы может свидетельствовать количество различных типов волонтеров, градируемых по различным признакам: возрастному (*серебряные волонтеры, юные волонтеры, волонтеры пожилого возраста, дети-волонтеры, молодые волонтеры*, и т.п.), профессиональному (*педагоги-волонтеры, волонтеры-медики, тьюторы-волонтеры, студенты-волонтеры, психологи-волонтеры, преподаватели-волонтеры, экологи-волонтеры, менеджеры-волонтеры, полицейские-волонтеры, переводчики-волонтеры*, и т.п.), событийному (*Волонтеры Победы, Волонтеры Универсиады, волонтеры Олимпийских и Паралимпийских игр, волонтеры в критических ситуациях* и т.п.). Общее количество атрибутивных определений в электронной библиотеке elibrary.ru насчитывает 100 коллокаций.

Общий список соционимов, основанных на поведенческом критерии, представлен в Приложении 1 (Таблица 4).

Выводы

Выявление соционимов, используемых в специализированных трудах по социальной стратификации России, подтвердило предположение о деактуализации способов номинации социальных страт в СССР как уже нерелевантных для современной социальной структуры российского общества. Из терминологической сферы исчезла не только номинация *рабочий класс*, но и *крестьяне* и даже *интеллигенция*. Таким образом, критерий, основанный на характере производимой продукции (промышленной, сельскохозяйственной и интеллектуальной), утратил свою определяющую роль в современной социологической модели стратификации.

Вместо существительного *крестьяне* стали употребляться номинации *фермеры* и *сельскохозяйственные работники*. Однако эти группы не рассматриваются как единая социальная страта, поскольку уровень их доходов может существенно различаться, что распределяет представителей этих групп по разным социальным стратам. *Интеллигенция* частично может принадлежать к креативному классу, однако референтный состав данной социальной страты намного шире. Кроме того, интеллигенция объединяет представителей разных профессий (учёных, учителей, врачей, деятелей культуры), различающихся по уровню дохода, статусу и влиянию, что затрудняет её однозначное отнесение к какой-либо социальной страте.

Осуществленная нами тематическая классификация соционимов – языковых средств номинации новых социальных страт, возникающих с начала 1990-х годов, – показала релевантность применения наряду с традиционными социологическими критериями (богатство, власть, статус) новых критериев: поколенческого, локализационного и поведенческого. Обоснованность их выделения доказывается наличием в вышеуказанных группах значительного количества лексических единиц и высокой частотой их использования в различных дискурсивных областях – от научно-социологического дискурса до повседневных речевых практик.

Изучение соционимов, основанных на статусной дифференциации, выявило сформированность биполярной структуры «верх/низ», оппозиционный характер которой в наибольшей степени проявляется в стратах, структурируемых на основе экономического и статусного критериев. В рамках этой структуры страта «богатые» представлена параметрическими существительными, обозначающими уровень богатства: *мультимиллионеры, долларовые миллионеры, сверхбогатые* и т.д., а также существительным *олигархи*, значение которого включает сочетание огромного капитала и возможности политического влияния.

В отличие от номинаций «верха», наименования бедных слоёв населения закреплены в нормативно-правовых документах и представляют собой пример эвфемизации – политкорректного обозначения данной социальной группы. Так, вместо эксплицитных обозначений «бедные», «нищие» используются нейтральные термины «малоимущие» или «малообеспеченные граждане». В противоположность этому неосемантизм *нищеврод* представляет собой образец дезэвфемизации, отражающий пренебрежительное отношение к людям, не достигшим высокого финансового уровня.

Введение калькированного соционима *средний класс* имело ярко выраженный социопроективный характер и преследовало цель не только сформировать положительное отношение к нему как к опоре успешного социально-экономического функционирования государства, но и положить начало реальному процессу формирования данной страты. Однако вопрос о степени сформированности данной страты до сих пор остаётся открытым в социологических исследованиях.

С точки зрения статусно-маркированных групп, на верхнем уровне оппозиции находится элита, референтный состав которой в настоящее время составляют олигархи и представители крупного бизнеса, способные оказывать влияние на политическую составляющую государства. Однако в новых геополитических обстоятельствах (начало специальной военной операции в

2022 году) отмечаются попытки сверху преобразовать референтный состав группы, включив в нее героев СВО, патриотов России и изменить соответственно аксиологические ориентиры общества.

В состав высших слоев статусной группы входят также *звезды знаменитости*, позиционирующие себя как актуальный референт светского общества дореволюционной России. Легитимизации данных представителей «высшего света» активным образом способствует медиатизация российского публичного пространства по образцам западного общества, разделенного на селебрити и всех остальных (папарацци, фолловеры и т.п.)

Активное пребывание человека в виртуальной действительности и ее коммерческая медиатизация привели к формированию новой статусной страты, получившей родовое имя *инфлюенсер* и различные видовые характеристики: *аватар-инфлюенсер*, *CGI-инфлюенсер*, *инфлюенсер-маркетинг*, *бьюти-инфлюенсер*, *фитнес-инфлюенсер*, *ЗОЖ-инфлюенсеры*, *блогер-инфлюенсер*. Представители данной группы, используя возможности обогащения без особых интеллектуальных и тем более физических затрат, формируют новую аксиологию, в рамках которой больше всего ценится успех, ассоциируемый во многом с известностью, огромными заработками и финансовыми возможностями. Их ресурс активным образом эксплуатируется в СМИ, а в отдельных случаях также и государственными структурами.

Модным трендом номинативной стратификации общества стал поколенческий критерий. Если в начале XX столетия эти номинации страт были связаны с определенными событиями, оказавшими влияние на судьбы целых поколений, то в настоящее время присвоение номинаций строится, с одной стороны, на дате рождения, с другой стороны, тесным образом переплетается с уровнем компетенций отдельных возрастных групп в области интернет-технологий.

Активная роль в формировании социальных страт внутри российского социума локализационного критерия связана с усилением мобильности населения по причинам экономического и геополитического характера.

Локализационный критерий тесным образом связан с экстралингвистическими факторами и строится на основе вектора: свой/чужой. Часть номинаций имеет нейтральный характер и используется в нормативно-правовых документах (*мигранты, релоканты*), другая часть получает оценочное, чаще всего пейоративное значение.

Поведенческий критерий является одним из наиболее размытых, поскольку для каждой социальной страты характерны свои собственные поведенческие черты и привычки. Однако выделение данного критерия представляется нам необходимым в связи с тем, что отдельные группы могут включать в себя представителей всех статусных или экономически маркированных групп, объединяемых на основе конкретного типа социального поведения. Системные поведенческие навыки формируются внутри организаций различного типа и получают наименования, заимствованные из английского языка (*команда* и производные данного слова). Социопроективный характер данного заимствования не вызывает сомнений, так как оно закладывает позитивное отношение к работе и способствует эффективному взаимодействию внутри различных групп с целью достижения общего результата. Если соционим *команда* предписывает отношение к работе внутри конкретных коллективов, то термин *креативный класс* охватывает неструктурированную социальную страту, в состав которой входят представители всех остальных страт, производящие какой-либо креативный продукт.

Отдельную страту составляют также *волонтеры*, основы деятельности которых также позаимствованы из западных социальных практик и составляют своего рода противовес социониму *добровольцы*, чья деятельность в первую очередь была связана с добровольным уходом на военную службу в критические для родины периоды ее существования. В настоящее время волонтеры оказывают безвозмездную помощь в самых различных областях, а их статус закреплён в целом ряде юридических документов.

ГЛАВА III. ОСНОВНЫЕ СПОСОБЫ ОБРАЗОВАНИЯ СОЦИОНИМОВ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ НОВЕЙШЕГО ПЕРИОДА

§ 1. Заимствованная лексика как средство образования соционимов

1.1. Категориально-терминологический аппарат описания заимствованной лексики

Как правило, термин «заимствования» ассоциируется с теми элементами языка, которые проникают в него из внешней языковой среды – из других языков. Так, в «Словаре лингвистических терминов» О.С. Ахмановой заимствование определяется как «обращение к лексическому фонду других языков для выражения новых понятий, дальнейшей дифференциации уже имеющихся и обозначения неизвестных прежде предметов» [Ахманова 2004: 150]. Т.В. Жеребило также указывает, что – это «процесс и результат перехода из одного языка в другой слов, грамматических конструкций, морфем, фонем; самый распространенный вид языковых контактов» [Жеребило 2010: 107].

В то же время существует «мнение, что заимствование представляет собой процесс перемещения языковых единиц в рамках одного общенационального языка из одной сферы употребления в другую» [Григоренко, Ревякина 2016: 140]. Языковые единицы данного типа предлагается определять как «внутренние» – являющиеся следствием трансфера языковых элементов из одной сферы в другую (в том числе из пассивной лексики в активную). Эти же исследователи указывают, что «языковые единицы, пришедшие из другого языка, называются внешними заимствованиями, а языковые единицы, изменившие сферу бытования, но оставшиеся в системе одного языка, называются внутренними заимствованиями» [Григоренко, Ревякина 2016: 140].

Внешние заимствования изучаются многими лингвистами (П. Хауген, Д. Лотте, Г. Пауль, Л. Блумфилд, Л. П. Крысин и др.), а интерес к ним значительным образом вырос с начала 90-х годов, в период глобализации с характерным для него доминирующим влиянием английского языка. В рамках традиционной лексикологии общепринятыми являются классификации

заимствований согласно следующим критериям: по способу заимствования, языку-источнику, степени ассимиляции в языке. По первому критерию заимствования принято подразделять на прямые, когда заимствуется языковой знак одновременно с планом выражения и планом содержания; калькированные, основанные на буквальном переводе слов, фразеологических сочетаний или морфем, входящих в состав заимствуемого слова, а также семантические заимствования, когда слово меняет свое значение под влиянием соответствующего слова в языке-доноре.

Прямое заимствование – это способ заимствования, когда «иностранное слово или фразеологический оборот входят в новую языковую систему с сохранением своих звуковых особенностей» [Жеребило 2010: 293].

Общим для большинства определений калек является указание на их переводной характер. Так, Ш. Балли называет кальками «слова и выражения, образованные механически, путем буквального перевода, по образцу выражений, взятых из иностранного языка» [Балли 1955: 69].

В современной лингвистике различают полное калькирование и частичное. При полном калькировании осуществляется дословный перевод всех компонентов иностранного выражения, при этом лексико-грамматическая структура может как полностью соответствовать оригиналу, так и иметь определённые различия. В отличие от полных калек, полукальки представляют собой гибридные образования, в которых происходит комбинирование переведённых и заимствованных элементов исходного выражения.

Наконец, семантические заимствования – когда форма слова остается прежней, однако под влиянием соответствующего иностранного слова изменяется его значение. В трудах различных лингвистов нет однозначной терминологизации данного понятия: кроме семантических заимствований предлагаются также термины «неосеманты», «неосемантизмы», «семантический неологизм», «вторичные заимствования», «скрытые заимствования».

В.В. Виноградов называл неосемантами «заимствованные в раннее время лексические единицы, подвергшиеся по разным причинам реэтимологизации и ресемантизации или те единицы, которые заново переосмыслены языковым коллективом в условиях складывающейся языковой ситуации» [Виноградов 1995: 11]. О.А. Никитина в работе «Взаимодействие процессов неосемантизма с процессами заимствования в словарном составе» пишет о равнозначности данных понятий и определяет неосемантизм как «новый лексико-семантический вариант известной прежде лексической единицы, который находится в отношениях семантической связи с другим(и) ЛСВ данного слова» [Никитина 2009: 21].

С учетом абсолютной доминации английского языка как главного донора всех актуальных изменений в различных языковых системах польскими лингвистами был предложен термин «англосемантизмы», под которым понимается «лексема, слово или устойчивое словосочетание, исконная или генетически чуждая (заимствованная ранее), которая под влиянием английского языка изменила свою семантику, то есть приняла значение, отсутствующее до этого в польском (родном) языке (либо присутствовавшее давно, но забытое» [Witalisz 2007: 134]. Термин «англосемантизм» также широко используется в работах калининградских исследователей [Шкапенко, Милявская 2017; Шаповаленко 2023; Дудурич 2024 и др.].

По степени ассимиляции в современном языкознании принято выделять три типа заимствований: полностью ассимилированные, частично ассимилированные, неассимилированные. Полностью ассимилированные (освоенные) заимствования полностью подчиняются фонетическим, грамматическим и орфографическим нормам принимающего языка. Частично ассимилированные заимствования интегрируются в языковую систему лишь частично, не присваивая всех особенностей языка-рецептора. Неассимилированные заимствования (варваризмы/экзотизмы) используются в

языке без изменений, часто сохраняя оригинальную графику и не подвергаясь процессам языковой адаптации (например, *pizza, sushi*).

Для нашей работы представляется принципиально важным также понимание термина «вкрапления», который системным образом представлен в работе З.Л. Новожиновой [Новожинова 2012]. Автор определяет вкрапления как «речевое образование – продукт дискурсивной практики: без чужого текста-дискурса это явление не существует: употребление иноязычных вкраплений всегда соотнесено с конкретной коммуникативной ситуацией и определено интенциями говорящего / пишущего субъекта» [Новожинова 2012: 38]. Ключевая особенность вкраплений заключается в том, что они остаются за пределами принимающей языковой системы, сохраняя исходную языковую форму и выступая в тексте как «чужеродные» элементы, а их употребление всегда связано с конкретной коммуникативной ситуацией и прагматическими целями автора.

1.2. Прямые заимствования в системе номинаций социальных страт

Лингвостатистический анализ показывает, что основным источником проникновения соционимов в русский язык является английский язык. Лишь единичные соционимы представляют собой заимствования из других языков. Это, в первую очередь, заимствования более ранних периодов, ставшие уже интернациональными обозначениями социальных страт: *элита* (от французского *elite*), *олигархи* (от др.-греч. *ὀλιγαρχία*, где *oligos* – «немногие» и *archein* – «править»), *мигранты* (от лат. *migrans, migrantis* «переселяющийся»), *иммигранты* (от латинского глагола *immigrare* – «вселяться», «въезжать»), *диаспора* (от греч. *diaspora* – «рассеивание»), *волонтер(ы)* (от фр. *volontaire* – «доброволец»). Такие заимствования уже давно освоены русским и другими языками, но получают новую референцию и аксиологизацию в русском языке новейшего периода. Однако влияние английского языка ощущается в том, что даже эти давние заимствования

получают форму гибридных англо-русских сочетаний, например, *твиттер-элита, тик-ток элита, интернет-элита*.

Единственное заимствование новейшего периода, не относящееся к языку-донору глобализационных процессов, происходит из немецкого языка: *гастарбайтер(ы)* (Gastarbeiter) в значении граждан другой страны, работающих по временному найму. Вполне понятно, что заимствование данного соционима из немецкого языка обусловлено экстралингвистическими факторами: Германия является самым крупным европейским государством, принявшим огромное число иностранной рабочей силы.

На количественную представленность заимствований из английского языка оказывает влияние активная номинативная деятельность англо-американских социологов. Так, Д. Брукс придумал контаминированный термин «Bobo» (результат слияния первых слогов слов BOhemian (богемный) + BOurgеоis (буржуазный). Несмотря на собирательный характер изобретенного существительного, автор наделил его формой множественного числа, что следует из названия его книги «Bobos in Paradise: The New Upper Class and How They Got There») [Brooks 2000].

Номинативному творчеству конкретных американских ученых социологические науки обязаны появлением других, заимствованных русским научным и научно-публицистическим дискурсом терминологическим лексиком ***когнитариат, салиариат, прекариат***. Как мы указывали выше, в условиях современной медиакоммуникации само понятие термина становится все более размытым, в связи с чем приходится говорить о терминологических соционимах, именующих социальные страты, с известной степенью условности.

Наибольшую терминологичность в этом смысле сохраняют, на наш взгляд, прямые заимствования *когнитариат, салиариат, прекариат*. Данные лексические единицы не были включены нами в главу о тематической классификации соционимов, поскольку лежащие в основе их номинации

критерии представляются размытыми, а их референция относится к числу самых различных описанных нами страт. Термин «когнитариат» был введён американским философом и социологом Э. Тоффлером в книге «Метаморфозы власти», где он описал новую социальную группу интеллектуальных работников [Тоффлер 1997]. Автором термина «салариат» является английский социолог Г. Стендинг, который использовал его для обозначения класса людей с постоянным местом работы и социальными гарантиями [Standing 2014]. Примечательно, что практически все источники характеризуют способ номинации терминов как блендинг на основе соционима *пролетариат*, однако в работе «Терминодериваты со значением новых социальных страт в англоязычном и русскоязычном социологическом дискурсе» Т.М. Шкапенко и Е.Н. Стрельчук [Шкапенко, Стрельчук 2025] уточняют, что в основе актов номинации лежат две базовые модели: аффиксальная и блендинговая. Исследователи отмечают, что в процессе создания номинаций *салариат* и *прекариат* «их номинаторы базировались не на игровых процессах контаминации, а на знании «архитектуры когниции», в которой ономаσιологический базис *-at* выполняет роль типологического маркера крупного социального объединения людей» [Шкапенко, Стрельчук 2025: 443].

Если существительное *когнитариат* образовано методом блендинга (слияния) от *cognitive* (когнитивный) и *proletariat* и обозначает слой работников, чья деятельность связана с интеллектуальным трудом и знаниями, то *салариат* образован аффиксальным способом от существительного *salary* (зарплата) и *proletariat*, и описывает социальный слой работников, получающих фиксированную заработную плату. Лексическая единица *прекариат* также образована аффиксальным способом от прилагательного *precarious* (нестабильный) и *proletariat*, обозначает соответственно социальную группу с неустойчивым положением на рынке труда и отсутствием гарантий занятости и социальной защиты [Там же].

Анализ данных научной электронной библиотеки elibrary.ru демонстрирует значительное распространение рассматриваемых терминов в социологическом дискурсе. Так, *когнитариат* представлен в 83 научных работах, *салариат* – в 16, а наиболее частотным является *прекариат* – 1078 публикаций.

Не имеет четкого статуса прямого заимствования сочетание *креативный класс*, которое, на наш взгляд, соединяет морфологически ассимилированное прямое заимствование *креативный* (от англ. *creative class*) и интернационализм *класс* в значении «большая группа людей с определенным положением в исторически сложившейся системе общественного производства и с определенной ролью в общественной организации труда» [Ожегов, Шведова 2006].

Остановимся подробнее на генезисе заимствования *креативный* в современном русском языке. По наблюдениям лингвистов, слова *креативный*, *креативность* относятся к слою самых ранних англо-американских заимствований периода глобализации. Их вхождение в русский язык натолкнулось на значительную «лингвокультурную резистентность» [Шкапенко, Зубрицкая, Макарова 2023], нашедшую выражение как в многочисленных высказываниях российских деятелей культуры, писателей [см. Пелевин 1999], философов [см. подробнее Качай 2016], так и в собственно лингвистических работах.

В.И. Карасик, исходя из дефиниционного анализа данных слов в сопоставлении с русскими эквивалентами «творческий», «творчество», пришел к выводу о «паразитарности» английского слова, присваивающего творческому началу новую вербальную форму [Карасик 2002: 176 – 179]. А. Лысенко рассматривает новый импортированный концепт как средство «инокультурной аксиологической интервенции» [Лысенко 2016: 60]. Т.М. Шкапенко отслеживает процесс семиозиса заимствованного знака *креативность* на основе процедуры пролонгированного анкетирования носителей русского языка, проводимого с определенным временным

интервалом. При этом выявляется, что на первом этапе интродукции слова в русском языке идет процесс установления объема значения на основе его «внешнего» сходства с русским эквивалентом, однако после определенного периода бытования слова в принимающем языке проявляются чуждые для русского творчества инокультурные семы, а значение прилагательного *креативный* определяется как «способный произвести нечто оригинальное, отличающееся от привычного шаблона; предполагающий создание, чаще всего продукта, имеющего коммерческий успех» [Шкапенко 2016].

Именно это значение слова делает его способным выступать в качестве атрибутивной характеристики новой социальной страты, формирование которой вызвано необходимостью расширять потребности потребителей, предлагая им все новые, оригинальные продукты. Эта способность делает *креативный класс* примером самого «нечеткого лингвистического множества», поскольку креативность может быть свойственна представителям любых социальных слоев.

Кроме вышеперечисленных номинаций, в русском языке функционирует прямое заимствование *андеркласс* (от англ. *underclass*, «Группа людей, занимающих более низкое социальное и экономическое положение, чем любой другой класс общества» [CD]). Термин, основанный на пространственной метафоре «под + класс», был введен в научный оборот в 60-е гг. прошлого столетия американским исследователем Дж. Мирдалом для обозначения наиболее незащищенных и ущемленных социальных групп общества, находящихся вне его основного развития. Его внутренняя форма является абсолютно прозрачной, указывающей на нахождение представителей данной группы на низшей ступени социальной стратификации.

В современных словарях русского языка существительное *андеркласс* не фиксируется. Это можно объяснить тем, что понятие является относительно узким, специализированным и используется в рамках социологических исследований, где *андеркласс* представляет собой особую социальную страту,

которая характеризуется «отсутствием доступа к основным социальным институтам и конституционным правам» [СЭ].

Заметим, что, в отличие от терминологемы *андеркласс* прямое заимствование *лузер(ы)* (от англ. *loser* – «проигравший, неудачник», «о том, кто является неудачником, терпит поражение» [Neolex]) стало общеупотребительным, противостоящим номинациям представителей тех социальных страт, которые объединяют людей, достигших финансового успеха. Вошедшее в русский язык в результате транскрипции слово уже полностью ассимилировалось, приобретая полную морфологическую парадигму и активно используя в различных негативно оценочных контекстах. Например: *Это минимальный приемлемый результат для нас. Но это место для лузеров. И я больше обеспокоен тем, чтобы мы оставили о себе хорошее впечатление, потому что происходящее ненормально"; Мы трусили, честно скажу, ретировались, и нам вслед летело: «Слабаки! Лузеры!»* [НКРЯ].

Часть прямых англо-американских заимствований относится к статусным обозначениям социальных страт. Одним из оригинальных с точки зрения словообразовательной структуры является аббревиатура **ВИП/VIP** в значении «очень важное лицо»: «*V.I.P. initialism (acronym) for very important person*» [OD]. С одной стороны, слово функционирует как автономное существительное, к которому добавляется флексия множественного числа (*вины, ВИПы*) или как *Вип-персона*, в значении принадлежности к страте высокостатусной принадлежности, с другой стороны, в составе многочисленных сложных слов (*вип-залы, вип-ложа, вип-места, вип-салон* и др.), которые вводят понятия статусности предметов потребления и усиливают статусную дифференциацию общества.

В разговорной речи аббревиатура стала использоваться как ассимилированное существительное, о чем свидетельствует употребление в форме множественного числа *вины* и полная морфологическая парадигма. Отмечаются также факты частого плеонастического употребления в составе

сочетания *vip-персона*, например, «самая важная *VIP-персона*» (<https://dzen.ru>).

Существительное *селебрити* (от англ. *celebrity* – «знаменитость») на сегодняшний день зафиксировано в ресурсе «Неолекс»: «Селебрити (англ. *celebrity* ‘знаменитость’). Нескл., м. и ж., сущ. – известная личность, часто упоминаемая в массмедиа, светской хронике» [Neolex]. В английском языке возникло от глагола *to celebrate* («праздновать», «прославлять») и используется для обозначения «человека, пользующегося известностью, особенно в сфере развлечений» [CD].

Заметим, что прямое заимствование *celebrity* (“someone who is famous, specially in the entertainment business” [CD]) / ‘Кто-то известный, особенно в индустрии развлечений’ не прижилось в русском языке, о чем свидетельствует его низкая частотность в НКРЯ (всего 28 вхождений в основном корпусе). Намного большая его употребительность (91 вхождение) характерна для подкорпуса «социальные сети», авторы которых в большей степени интересуются жизнью так называемых знаменитостей и склонны употреблять заимствованные, а следовательно, более престижные слова. Однако и в соцсетях контекст употребления слова свидетельствует о его неизвестности большинству пользователей, например: *Как отличить настоящего селебрити от обычного блогера?* (lenta.ru); *Кто такие настоящие селебрити в эпоху социальных сетей?* (mediaalmanah.ru); *Кто такие селебрити зачем бренды с ними работают?* (ingate.ru).

Если *селебрити* остается малоизвестным, то прямое заимствование *стар* или *суперстар* (“a very famous or successful person, especially a musician, an actor, or a sports player” [OD] / ‘очень известный или успешный человек, особенно музыкант, актёр или спортсмен’) уже давно вошло в состав общеизвестных лексем для широкой российской публики. Достаточно вспомнить советский фильм 1970 года «Мама» с М. Боярским и Л. Гурченко, в котором звучала песня попугая «Попка-суперстар». Однако если в этом фильме англицизм использовался в шутливо-ироническом ключе, то в

настоящее время очевиден тренд на формирование звезд с помощью использования англоамериканизмов в названиях развлекательных программ, как правило, конкурсno-развлекательного характера, – например, телешоу «*Ты — суперстар!*», информационный портал «*StarNews*», музыкальное шоу «*ВИА Суперстар!*».

С целью обозначения страты людей, которые способны оказывать влияние на поведенческие установки или политические взгляды, было заимствовано существительное *инфлюенсер(ы)* (англ. “a person active on social media who is able to influence people's opinions or to persuade them to follow a particular lifestyle or buy a particular product” [OD] / ‘человек, активно действующий в социальных сетях, способный влиять на мнение людей или убеждать их вести определенный образ жизни или покупать тот или иной продукт’). Существительное *инфлюенсер* фиксируется ресурсом «Неолекс» с 2009 года в значении: «тот, кто оказывает влияние на определенную аудиторию; блогер, пользователь социальных сетей, оказывающий значительное влияние на мнения и поведение целевой аудитории» [Neolex]. В «Словаре актуальной лексики единения и вражды» референция инфлюенсеров также сводится только к границам интернет-пространства: «*инфлюенсер* – реальный или виртуальный пользователь социальных сетей, проявляющий большую активность в интернет-коммуникации, занимающийся ведением своего блога, сайта, аккаунта или подобного ресурса и имеющий обширную и лояльную аудиторию подписчиков, на которую может оказывать влияние» [СЕиВ].

Слово *инфлюенсер* имеет чрезвычайно широкую валентную сочетаемость. Атрибутивные сочетания включают в себя две основные модели: «*Adj. + Noun*», чаще всего характеризующее степень влиятельности (*топовый, модный, влиятельный, авторитетный* и др.), а также дериваты, построенные по модели сложных слов, чаще всего заимствованные из английского языка (*аватар-инфлюенсер, CGI-инфлюенсер, инфлюенсер-маркетинг, бьюти-инфлюенсер, фитнес-инфлюенсер, ЗОЖ-инфлюенсеры* и

др.). В данных композитах препозитивная часть обозначает вид деятельности или область влияния, или (реже) принадлежность самих инфлюенсеров к определенной возрастной категории или профессии (*педагог-инфлюенсер, дети-инфлюенсеры, подростки-инфлюенсеры, блогер-инфлюенсер* и др.). Встречаются также гибридные номинации, например, *fashion-инфлюенсер*, употребление которых мотивировано морфологически: использование прилагательного «модный» в данном контексте означало бы не сферу влияния, а его степень. Появился также феминитив *инфлюенсерка*, активно используемый в социальных сетях, например: «*В тонах, похожих скорее на корсажи, чем на корсеты, появляются на публике члены семейства Кардашьян и другие телезвезды и соцсетевые инфлюенсерки*» (lenta.ru).

Распространенной практикой стало использование инфлюенсеров (лидеров мнения) как своего рода агентов влияния, или **«амбассадоров бренда»**. Примечательно, что коммерческий дискурс избегает использования русского слова *посол*, предпочитая форму прямого заимствования. Согласно различным источникам, «амбассадор бренда» (реже «бренд-амбассадор») – это человек, нанятый компанией, чтобы представлять бренд в позитивном свете, способствовать повышению его узнаваемости и росту продаж.

Исследователи лексико-семантической репрезентации идеи влияния в русском языке в русском языке приводят целый ряд лексем, которые также заимствованы из английского языка (*амбассадор бренда, евангелист, инфлюенсер, мейнстрим, селебрити* [Леонтьева, Атлагич 2024: 388–389]). Данный ряд, однако, нельзя признать полным, так как вне фокуса внимания лингвистов оказался столь важный, на наш взгляд, фразеологизм, как «*властитель дум*» (книжн. высок.) – «выдающийся человек, оказывающий сильное духовное и интеллектуальное влияние на своих современников. Выражение восходит к стихотворению А.С. Пушкина «К морю», где оно характеризует Байрона и Наполеона» [ФС].

Обращает на себя церковнославянское происхождение слова «властитель», а также его сочетание с устаревшим существительным *думы*

(«То, что заполняет сознание; мысль, размышление, раздумье» [МАС]). «Властители дум», чаще всего известные философы и писатели, сподвигали остальных людей к интеллектуальному анализу, к морально-этической рефлексии и глубоким размышлениям.

В английском языке *инфлюенсер* противопоставляется *фолловерам/follower* (от глагола *follow* – «следовать», «идти (за кем-л)», «подражать к-л. примеру» [Мюллер]) – “someone who supports, admires, or believes in a particular person, group, or idea” [CD]/’тот, кто поддерживает, восхищается или верит в конкретного человека, группу или идею’. Данное слово уже в своей мотивационной основе содержит указание на «вторичность» масс подписчиков, на подобающее им стремление наблюдать за жизнью инфлюенсеров и быть похожими на них. Прямое заимствование *фолловеры* функционирует в русском языке, однако его частотность незначительна (278 вхождений по данным газетного корпуса НКРЯ). Основным соответствием английского *фолловеры* является слово *подписчики*, которое подверглось семантической спецификации, изменив объект подписки с печатного на цифровой [см. подробнее Поляк 2024].

Часть прямых заимствований в группе номинаций, основанных на поколенческом критерии, функционирует параллельно с калькированными сочетаниями. Данный параллелизм имеет регулярный характер: одна модель имеет форму: *Generation* + X, Y, Z и др. (*Generation X*, *Generation Y*, *Generation Z*, *Generation α*), получающие калькированную форму в русском языке (Поколение X (Икс), Поколение Y (Игрек), Поколение Z (Зет), Поколение Альфа), вторая – форму однословных номинаций, проникающих в русский язык в виде прямых заимствований: Иксы, Миллениалы (*Millennials*), Зумеры (*Zoomers*), Центениалы (*Centennials*), Хоумлендеры (*Homelanders*). Из приведенных выше номинаций наиболее употребляемой в современном медиадискурсе является наименование *зумеры*, о чем могут свидетельствовать данные НКРЯ (более 100 вхождений). Остальные номинации чаще всего используются в работах российских социологов.

Малоизвестную, но интересную по своему способу образования, номинацию молодого поколения, выросшего в сети, представляет английское слово *скринейджер(ы)* (от англ. *screen* – «экран» и *teenager* – «подросток»): «человек школьного или студенческого возраста, зависимый от телевизора, компьютера или смартфона» (anglicismdictionary.ru).

Целая группа заимствований в русском языке, транслирующая инновационные формы организации работы и взаимодействия внутри коллективов, получает как формат прямых заимствований из английского языка, так и калек с английского языка.

Слово *team* в английском языке подверглось неосемантизации, приобретая социоэкономический смысл. Если ранее оно обозначало только «группу людей, которые вместе занимаются спортом или играют в какую-либо игру против другой группы игроков» [CD], то в настоящее время словари фиксируют новое значение: «используется в ряде фраз, обозначающих совместную работу людей для достижения какой-либо цели» [CD].

Новое социологическое значение слова в английском языке реализуется в таких контекстах: *team leader* (*лидер команды*), *team spirit* (*командный дух*), *team building* (*тимбилдинг*), *team work* (*командная работа*), *dream team* (*команда мечты*). В русском языке эти сочетания, задающие нужный формат организации работы и стремление всех и каждого к достижению самых высоких результатов, используются как в транскрибированной форме (*тим спирит*, *тимбилдинг* и *дримтим*), так и в форме калек (*командный дух*, *командообразование*, *команда мечты*). Например: *Смешанный экипаж выиграл ориентирование и признан лучшим в так называемом "Тим спирит"; Организация корпоративного отдыха на природе Проведение тренингов по командообразованию* [НКРЯ].

В письменной форме данные заимствования функционируют и в качестве вкраплений, например: *Моя Dream Team (команда мечты – прим. «Ленты.ру») сделает все возможное для блестящего номера, от песни до постановки», – рассказал Киркоров* [НКРЯ].

Интересный тип многоэтапного заимствования представляет лексема *волонтер(ы)* (от англ. *volunteer* – «доброволец»). Этимологически слово восходит к латинскому *voluntarius* («добровольный»), образованному от существительного *voluntas* («воля»), и далее – к французскому *volontaire* в значении «доброволец». В русский язык лексема проникла в эпоху Петра I из французского языка и первоначально использовалась для обозначения дворян, добровольно поступавших на военную службу [Малышев 2022]. В современном русском языке слово закрепилось в более широком значении под влиянием английского языка, который способствовал его распространению.

Аналитический инструмент «Портрет слова» в НКРЯ указывает, что *волонтер* является синонимом к существительному *доброволец*, что на первый взгляд, может показаться немотивированным заимствованием. Однако наблюдения за частотностью двух слов в хронологической перспективе и анализ способов употребления существительного *доброволец* показывают, что его экспансия в современном русском языке обусловлена прочной ассоциативной связью лексемы *доброволец* с определенными историческими событиями, относящимися к Гражданской и Великой Отечественной войне, в то время как лексема *волонтер* не отягощена ассоциативными признаками, формирующими русский национально-культурный код.

Об этом свидетельствуют и данные нормализованной частотности данных существительных в НКРЯ: показатель *ipm* (*instances per million*) лексемы *волонтер* составляет 24,7, тогда как существительное *доброволец* демонстрирует значительно меньшую частотность – 0,34 *ipm*. Основной пик употребления слова *доброволец* приходится на период между 1914 и 1920 годами (до 4,9 *ipm*), что обусловлено событиями Первой мировой войны, революцией и Гражданской войной. После резкого всплеска наблюдается заметный спад, за которым следует второй, менее выраженный подъем в 1941–1945 годах (1,12 *ipm*). Послевоенный период характеризуется относительной стабильностью с незначительными колебаниями в диапазоне от 0,24 до 0,88 *ipm*. Полученные данные свидетельствуют о постепенном смещении языкового

предпочтения в пользу заимствованного варианта. Фиксируемое соотношение частотностей (более чем в 60 раз) указывает на процесс терминологической замены и свидетельствует о формировании нового языкового предпочтения в современной русской речи.

Значимость данного явления столь высока, что в русском языке возникло собирательное существительное *волонтерство*, которое обозначает «добровольное выполнение обязанностей по оказанию безвозмездной социальной помощи, услуг, добровольный патронаж над инвалидами, больными и престарелыми, а также лицами и социальными группами населения, оказавшимися в сложных жизненных ситуациях» [Ожегов, Шведова 1999]. Более того, волонтерство в России регулируется различными нормативно-правовыми документами, в названиях которых используется синоним собственного происхождения – *добровольчество*.

На материале русского языка слово получает огромное количество устойчивых коллокаций, основанных на выделении основного признака в характере их деятельности. Еще одна социальная страта, возникшая в российском обществе под явным воздействием западных стратификационных параметров, это *волонтеры*. Поскольку данная страта включает в себя самых различных представителей: от бедных до богатых, от простых обывателей, граждан России до тех, кто именуется звездами, мы включаем ее именно в группу, которая характеризует поведенческие особенности людей. Этимологические данные свидетельствуют о том, что слово первоначально заимствовано русским и английским языками из французского *volontaire*, которое изначально использовалось для обозначения человека, добровольно поступившего на военную службу. В современном русском языке слово *волонтёр* закрепилось уже в общем значении людей, оказывающих безвозмездную социальную помощь, что было заимствовано из западных социальных практик.

Юридический статус волонтеров в стране регулируется законодательством. Основными документами являются Федеральный закон от

11 августа 1995 года № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и добровольчестве (волонтерстве)», Гражданский кодекс РФ (ст. 117) и некоторые другие документы локального характера. При этом закон даёт следующие определения: *волонтеры* «(добровольцы (волонтеры)) – физические лица, осуществляющие добровольческую (волонтерскую) деятельность в целях, указанных в пункте 1 статьи 2 настоящего Федерального закона, или в иных общественно полезных целях» [Федеральный закон от 11.08.1995 № 135-ФЗ]. *Волонтерство* «(добровольчество) – добровольная деятельность граждан и юридических лиц по бескорыстной (безвозмездной или на льготных условиях) передаче гражданам или юридическим лицам имущества, в том числе денежных средств, бескорыстному выполнению работ, предоставлению услуг, оказанию иной поддержки» [Там же].

Значимость волонтерского движения настолько высока, что составляет предмет исследования многочисленных работ по социологии (см. например: [Воробьев 2026; Мазанова 2025; Якунина 2023 и др.]).

О широчайшем референтном составе данной группы может свидетельствовать количество различных типов волонтеров, градируемых по различным признакам: возрастному (*серебряные волонтеры, юные волонтеры, волонтеры пожилого возраста, дети-волонтеры, молодые волонтеры* и т.п.), профессиональному (*педагоги-волонтеры, волонтеры-медики, тьюторы-волонтеры, студенты-волонтеры, психологи-волонтеры, преподаватели-волонтеры, экологи-волонтеры, менеджеры-волонтеры, полицейские-волонтеры, переводчики-волонтеры* и т.п.), событийному (*Волонтеры Победы, Волонтеры Универсиады, волонтеры Олимпийских и Паралимпийских игр, волонтеры в критических ситуациях* и т.п.) и некоторым другим признакам.

1.3. Калькированные заимствования в системе номинаций социальных страт

Калькированные заимствования из английского языка занимают значительное место в системе номинаций социальных страт и входят в состав обозначений практически каждой из рассматриваемых нами страт.

К числу калек в группе номинаций, основанных на экономическом критерии, относятся устойчивые номинативные словосочетания *средний класс, новые русские*. *Средний класс* (от англ. *middle class*) определяется как «класс, занимающий промежуточное положение между основными классами в системе социальной стратификации» [СС]. Как мы отмечали в первом параграфе, посвященном соционимам, основанным на экономическом критерии, в социологическом плане заимствование носило социопроективный характер, так как до сих пор остается непонятным, сформировался ли данный класс и каким образом следует оценивать его референтный состав в соотнесении с теми матрицами, которые используются в западных социологических исследованиях.

Попытка оказать социопроективное воздействие на социальную структуру российского общества нашла свое отражение в резком увеличении частотности данного слова в НКРЯ (2800 вхождений в газетном подкорпусе), а его высокочастотное функционирование стало основанием для присвоения данному сочетанию статуса «крылатого слова» [Шкуран 2021: 542]. Статус крылатого выражения ученый объясняет не только высокой употребительностью конструкции в различных дискурсивных практиках, но и ее многоуровневой структурой, включающей «понятийный, ценностный и образный компоненты» [Там же].

Согласно словарным дефинициям, лексема *средний* в данном контексте отражает не только промежуточное положение между крайностями, но и коннотацию нормальности, усреднённости. Сема *средний* реализует не только значение «люди со средним уровнем дохода, занимающие промежуточное положение между условно «богатыми» и «бедными»» [СС], но и включает

прагматическое значение: средний есть синоним новой нормы, стабильности, финансового баланса и благополучия. В современном медиапространстве выражение *средний класс* приобретает особый статус, формируя новые смыслы через призму общественного мнения и языковых трансформаций, при этом сохраняя свою значимость как компонент языка медиапространства.

Выражение *новые русские* (полная фразеологическая калька) пришло в русский язык после выхода в 80-е гг. XX века книги американского журналиста Х. Смита «The New Russians» [Smith 1990]. Согласно различным источникам, калькированный вариант *новые русские* был впервые использован издательским домом «Коммерсантъ» в 1992 году (www.kommersant.ru).

Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений указывает несколько причин быстрой популяризации слова: во-первых, выражение *новые русские* образовано по аналогии с древнеримским *homo novus* («новый человек») – «человек доселе не известный, незнатного происхождения, который в силу сторонних причин (особых отношений с администрацией, неких темных сделок и пр.) достиг богатства или высокого положения в обществе» [СКСиВ], во-вторых, авторы устанавливают корреляцию с франкоязычным *nouveau riche* («новый богатый» – «человек, подозрительно скоро разбогатевший»), которое было распространено в языке российской знати XIX века [Там же]. А. Липаев указывает, что заимствованное из иностранной прессы обозначение нового слоя российского общества, представители которого в 1990-е годы заработали состояние, на самом деле служило наименованием для тех, кто выжил в условиях своеобразного «естественного отбора», т.е. для «самых сильных, наиболее изворотливых, лишенных духовных и нравственных «комплексов» [Липаев 2003: 7]. Этот же автор отмечает, что сегодня идиома стала социальным историзмом: новые русские остались персонажами произведений анекдотов о 90-х, поскольку «у каждого объекта (который является представителем определенного класса) есть свой жизненный цикл, свои стадии формирования, становления, функционирования, угасания и умирания» [Там же].

Лингвокультурный типаж «нового русского» был настолько ярким, что стал основой как для возникновения множества анекдотов, так и для целого ряда исследований данной страты в лингвистических работах [Шмелёва 2003; Бородин 2008; Карасик 2015; Шаммазова 2012 и др.]. Основываясь на анализе анекдотов о «новых русских», В.И. Карасик приходит к выводу о том, что «в основном *новые русские* показаны в анекдотах как баснословно богатые и чудовищно невежественные <...> люди», а их образ «вызывает резкий протест у представителей интеллигенции, испытавшей разочарование по поводу основных результатов изменения ценностей в обществе» [Карасик 2016: 139]. По мнению ученого, «анекдоты о богатых рассказываются бедными. Не случайно отсутствуют шутки богачей по поводу бедняков. Это означает, что высмеивание новых русских – это форма самозащиты большинства населения нашей страны» [Карасик 2015: 24]. На наш взгляд, сложно согласиться с тем, что все эти анекдоты не имеют под собой реальной экстралингвистической почвы. Одними из языковых свидетельств могут служить: метонимическая номинация *малиновые/красные пиджаки*, жаргонизированное *голда* (от англ. *gold* «золото») – о массивной золотой цепи, усеченное *Мерс* или зооморфная метафора *Мерин* (о шестисотом Мерседесе) как отличительные черты внешнего облика новых русских. Неслучайно в «Словаре современной русской фразеологии» *малиновые пиджаки* получают определение как «возникшая в России 90-х годов криминальная или полукриминальная социальная прослойка так называемых новых русских» [Жуков 2016: 178]. Газеты фиксировали этот образ как крайне негативный симптом «нового сословия», возникшего на обломках советской иерархии, например: *Униженная и разворованная страна, малиновые пиджаки и золотые цепи на бычьих шеях, невыплаченные зарплаты; Или появляются эти малиновые пиджаки и золотые цепи – оттого что нет понятия, что такое приличия* [НКРЯ].

В англоязычной прессе рубежа 1980-1990-х гг. лексема *New Russians* имела нейтральное значение «поколение россиян с рыночным мышлением»

[Шаммазова 2012]. В отличие от словосочетания *средний класс*, которое эволюционировало в сторону научности, словосочетание *новые русские* совершило обратный «переход»: от нейтрального экономического термина – посредством фольклоризации в форме многочисленных анекдотов – к ироничному социокультурному историко-культурному штампу: сегодня *новые русские* остались полумаргинальными персонажами произведений анекдотов о жизни и бизнесе в 90-х [СКСиВ].

К группе калькированных номинаций, основанных на поколенческом критерии, относим кальки атрибутивных сочетаний: *Величайшее поколение* (Greatest Generation), *Молчаливое поколение* (Silent Generation), *Потерянное поколение* (Lost Generation), *Проклятое поколение* (The Doom Generation), имеющих в английском языке конкретную социокультурную привязку. В связи с этим часть из них имеет непосредственную референцию к поколениям, выросшим в условиях американской истории, другая часть используется и по отношению к поколениям, выросшим в приблизительно тех же социоисторических условиях, что и получившие соответствующие номинации поколения в Америке или других странах Европы.

Номинация *Потерянное поколение* (Lost Generation) адаптировалась в русском языке раньше остальных (в первой половине XX века) через литературные переводы и получила достаточно широкое хождение. Например: “*Все вы – потерянное поколение*” / ‘*All of you are a lost generation*’ [Hemingway 1926]. Калька *Проклятое/Обреченное поколение* (The Doom Generation) вошла в обиход значительно позже, на стыке XX–XXI веков, под влиянием кинематографа и поп-культуры, в первую очередь, культового фильма «Поколение игры "Doom"» (*The Doom Generation*).

Прилагательные *потерянное* и *проклятое* реализуют семантику утраты прежних ценностных ориентиров, невозможности интеграции в мирную или стабильную жизнь после пережитых потрясений (Первая мировая война, социальные потрясения). В русском языке эти кальки часто используются в качестве метафорического обозначения для описания собственных

исторических изломов. Например: *Молодёжь 1990-х часто называют «потерянным поколением»: распад СССР лишил их стабильной системы ценностей и понятных жизненных перспектив; Критики утверждают, что образовательная реформа создала «потерянное поколение» выпускников, чьи дипломы не соответствуют требованиям рынка труда [НКРЯ].*

Другие калькированные сочетания относятся к характеристикам социально-временных страт, имеющих непосредственную референцию к англосаксонской, в первую очередь, американской культуре и истории. *Величайшее поколение* (Greatest Generation) концептуализирует страту людей, чьи судьбы и менталитет были сформированы Великой депрессией в США (1929-1939 гг.) и Второй мировой войной. Эпитет *величайшее* задает абсолютный положительный ценностный вектор: величайшее не по уровню комфорта или потребления, а по масштабу исторического подвига, стойкости и трудовой этики. *Молчаливое поколение* (Silent Generation) описывает людей, родившихся в межвоенный период (1928–1945 гг.), и означает осторожность в выражении собственного мнения. В российский научный и публицистический оборот вошло в конце 2000-х гг. в связи с популяризацией теории поколений в маркетинге.

Калька с английского *Silver Generation* («серебряное поколение» – в значении людей пожилого возраста с социально-экономически активной позицией), довольно часто используется в русском медиадискурсе, например: *Впечатляет? Но «серебряное» поколение может и больше! Только надо задуматься о том, как создать условия для активного долголетия [НКРЯ]; «Серебряное поколение» само задает тренды. В соцсетях мне уже несколько раз попадались ролики, посвященные старости мечты» (www.kommersant.ru); «Интерес «серебряного поколения» к продолжению карьеры после достижения пенсионного возраста — долгосрочный и устойчивый тренд» (www.forbes.ru). Механизм данного наименования может быть охарактеризован как метафтонимический [см. подробнее Петрова 2025; Теплякова 2023; Ремянникова 2023], поскольку, с одной стороны, имеет*

ассоциативную связь с благородным металлом – серебром (метафора), с другой, – с благородной сединой (метонимия). В русском языковом сознании также может вызывать лингвокультурные ассоциации с идиомой «серебряная свадьба» – 25-летний юбилей совместной жизни супругов. При любой трактовке калька служит как своего рода эвфемизм, используемый вместо эксплицитных характеристик пожилого возраста. Заметим, что в языковом сознании носителей русского языка данная номинация вступает в кросс-культурную омонимию с номинацией «серебряного поколения» поэтов и писателей рубежа XIX – XX столетий (А. Ахматова, А. Блок, Н. Гумилев и др.).

Более широкое хождение получают кальки современных соционимов, обозначающих поколенческие страты новейшего периода времени. Обращает на себя внимание изменение модели номинации: если в английском языке преобладают атрибутивные конструкции *Adj. + Generation* (*Trophy Generation*, *Participation Trophy Generation*, *Thumb Generation*, *Boomerang Generation*, *Selfie Generation*), то в русском языке, в соответствии с морфологическими принципами его строения, большинство этих номинаций получают калькирование по модели *Generation + N_{gen}* (*Поколение трофеев*, *Поколение большого пальца*, *Поколение бумеранга*, *Поколение селфи*).

Хотя в основе калькирования лежат механизмы перевода [Горбов 2015], следует подчеркнуть, что их дословный перевод выступает средством трансляции тех метафор, которые отражают глобализированные, т.е. англо-американские ценности и особенности мировидения. Так, *Поколение трофеев* является калькой англоязычного термина *Trophy Generation (Participation Trophy Generation)*, описывающего поколение, выросшее в результате распространенной практики награждения всех без исключения участников соревнований памятными призами (трофеями). Выражение *Поколение снежинок* – калька с английской метафорической номинации *Snowflakes*, обозначает поколение людей, родившихся после 1990 г. Газета *Financial Times* в 2016 году объявила использование слова *Snowflakes* в этом новом

поколенческом смысле «словом года» (<https://www.ft.com>). Семантический перенос произошел за счет актуализации таких сем, как повышенная уязвимость, обидчивость, эмоциональная хрупкость. Например: *Такая молодежь у психологов получила название «поколение снежинок»: этим детям многое дали – образование, поездки, но, когда они выбираются из-под родительского крыла, выясняется, что в мире есть не только возможности, но и проблемы* [НКРЯ].

Поколение бумеранга (Boomerang Generation) отражает новую социально-экономическую модель поведения молодежи, когда юноши и девушки после окончания учебы или непродолжительной самостоятельной жизни возвращаются жить к родителям, потому что не хотят или не способны выносить тяготы взрослой жизни. Данный факт отражает специфику языковой репрезентации социального феномена: он вербализует модель поведения молодёжи, возвращающейся к совместному проживанию с родителями после периода самостоятельности (например, после окончания колледжа). В русскоязычном социокультурном контексте это явление не получило широкого распространения.

Отметим, что те номинации, которые в большей степени адаптировались в русском языке (*Поколение X, Поколение Y, Поколение Z, Поколение Альфа*), – как и в английском, – получили вариативные номинации в виде прямых заимствований: *бумеры, зуммеры, иксы, миллениалы, центениалы, хоумлендеры*.

Многие калькированные номинации, несмотря на ведущую роль в них возрастного или поколенческого признака, содержат в своей основе имплицитный признак степени знакомства с ИТ-технологиями. Существуют, однако, и те номинации, которые эксплицитным образом называют поколенческие страты на основе их взаимоотношений с виртуальной средой. Они преимущественно употребляются в работах социологической направленности или в научно-популярном дискурсе. Это в первую очередь обозначения, предложенные американским писателем и футурологом М.

Пренски в 2001 г. *Digital Natives и Digital Immigrants* [Prensky 2001]. Для создания терминообозначения использовалась этнографическая метафора «коренного населения», перенесенная в область технологической среды, а в качестве дифференциального признака выступала способность говорить на «языке» компьютеров и Интернета как на родном: «Как назвать этих "новых" студентов сегодняшнего дня? Некоторые называют их N-[for Net]-gen или D-[от digital]-gen. Но самое полезное обозначение, которое я нашел для них, – это Digital Natives. Все наши сегодняшние ученики – "носители" цифрового языка компьютеров, видеоигр и Интернета», – пишет М. Пренски [Prensky 2001: 2].

В русском языке существует два варианта переводного калькирования: *цифровые аборигены, цифровые туземцы*. В то же время *Digital Immigrants* получило только одну кальку – *Цифровые иммигранты*, поскольку существительное *иммигрант* чётко передаёт идею человека, который «пришёл» в цифровую среду извне, а не вырос в ней. Под *цифровыми иммигрантами* Пренски предлагал понимать поколение людей, родившихся до эпохи цифровой революции и вынужденных адаптироваться к цифровой среде. В качестве практически синонимичного понятия используется более широко распространенная калька *Сетевое поколение (Net Generation)*, значение которой более понятно рядовым носителям русского языка.

Целый ряд калек используется в русском языке с целью внедрения еще одного соционима, имеющего социопроективную роль, задающего тип взаимодействия членов различных коллективов. К подобным калькам, восходящим к английским неосемантам, относятся: *team building (командообразование)*, *dream team (команда мечты)*, *team (команда)* (см. подробнее раздел «Прямые заимствования в системе номинаций социальных страт»).

Особое значение для формирования страт людей, способных оказывать влияние на общественное мнение, имело калькирование сочетания *Opinion Leaders*, введенного социологами Э. Кацем и П. Лазарсфельдом [Katz,

Lazarsfeld 1955]. Значение словосочетания *лидер мнений* определяется в «Словаре вражды и единения» как: «Человек, имеющий активную жизненную позицию и широкий круг общения, оказывающий влияние на мнение других людей» [СЕиВ]. Таким образом, словарь характеризует объем понятия «лидер мнения» как более широкий по отношению к смыслу «инфлюенсер», ограниченному интернет-сферой влияния.

Чрезвычайно показательные примеры находим среди примеров НКРЯ: *Вся проблема современного общества, что люди не имеют собственного мнения, им нужен лидер мнений, а это в свою очередь приводит к потере понятия как "личность"; И раз этот лидер мнений может нарушать чужие границы – нападая, оскорбляя, высмеивая и откровенно травя других, это даёт право поступать так же и его подписчикам* [НКРЯ]. Идея полезности лидерства находит отражение и в других калькированных сочетаниях: *team leader* (руководитель команды/лидер команды), *cheerleader* (участник группы поддержки), *project leader* (руководитель проекта), *group leader* (руководитель группы).

Структурно-семантическая калька *Лидер(ы) мнений* получает в русском дискурсивном пространстве также форму аббревиатуры ЛОМ, например: «Уровень доверия к рекламным постам падает, поэтому компании стали чаще сотрудничать с блогами, которые выступают как сильные ЛОМы в узких тематиках» [НКРЯ]. Как видим, аббревиаура начинает употребляться как самостоятельное существительное, приобретая форму множественного числа и парадигму склонения.

§ 2. Соционимы, образованные на собственной языковой почве

2.1. Лексико-семантические способы образования соционимов

Лингвостатистический анализ рассмотренных нами номинаций социальных страт показывает, что лишь незначительная часть соционимов образована на собственной языковой почве. Основной способ их образования – это неосемантизация (изменение значения) функционирующего ранее слова,

в том числе его реаксиологизация (пейорация или мелиорация). Некоторые слова долгое время пребывали в составе так называемой пассивной лексики, или представляли собой социальные историзмы, и в этом смысле их можно также рассматривать как «внутренние заимствования».

Среди деархаизированных лексических единиц, именующих людей с высоким статусом, следует выделить словосочетание **светское общество**. Прилагательное *светский* образовано от существительного *свет*, которое имело первоначально онтологическое значение «противоположность тьме, сияние, утро», но уже с XI века стало использоваться в значении «люди, общество» [Семенов]. На связь слова с социальными концептами «мир» и «люди» обращает внимание и словарь М. Фасмера: «Свет – др.-рус. свѣтъ – «мир, люди» [Фасмер]. Это говорит о том, что социальная стратификация нашла отражение в языковой картине мира уже на ранних этапах становления общества и развития русского языка, причем переносное значение слова *свет* носило не элитарный, а общечеловеческий характер, охватывая всё общество в целом.

Словарь В.И. Даля обращает внимание на употребление слова *светский* в значении антипода религиозному, духовному, аскезе и умерщвлению плоти, отказа от мирских благ. «Светский – к свету (миру) в разных значениях относящийся, земной, мирской, суежный; или гражданский. Светская власть, противополож. духовная. – люди. Духовенство, белое, не монашеское, противополож. Черное. Светские утехы, шумные, чувственные. Человек, посетитель обществ, соборщ, увеселений; ловкий приемами, сведущий в гостинных обычаях. <...> Светскость, сост. по глаг., обходительность, людскость, привычка и умение обращаться в свете, с людьми» [Даль].

Оба эти значения указываются в словаре Д.Н. Ушакова, однако на первое место ставится значение социальной принадлежности с пометой «дореволюционное, устаревшее», на второе место значение «не религиозный»: «*светский* – 1. Свойственный, принадлежащий высшему обществу (дореволюц., устар.). 2. Не церковный, гражданский; противоп. церковный и

духовный» [Ушаков]. В «Словаре русского языка Академии наук СССР» отдельно выделено понятие «светскость» как «свойство, присущее светскому человеку, проявляющееся в поведении, манерах, тоне и образе жизни» [МАС].

Однако, как мы указывали в параграфе 1.2. второй главы, резкие отличия в уровне культуры и образованности представителей той страты, которая сегодня претендует на звание светского общества, с классическими представлениями о светском обществе в дореволюционной России, послужили причиной неполной «реабилитации» данного сочетания. Вместо него часто используется коллокация *светская тусовка*. Наиболее полное определение существительного дается в словаре Т.Ф. Ефремовой: «*тусовка* – 1. Мероприятие развлекательного характера. 2. Неформальное общение (обычно молодежи). Место такого общения. 3. Собрание, встреча людей по каким-либо - профессиональным, политическим и т.п. - интересам. 4. Группа, сообщество людей, объединенных по таким интересам» [НСРЯ]. Ресурс «Неолекс» приводит следующую характеристику: «*тусовка* – встреча и неформальное общение группы людей» [Neolex].

По данным НКРЯ, первое употребление слова датируется 1965 годом в значении неформального развлекательного мероприятия: *Организаторы тусовки просили зал прислушаться к необычной музыке и изо всех сил призывали к тишине, но безрезультатно, так как выпито к этому времени было уже изрядно и молчать общество не могло – алкоголь способствует многословию и шуму* [НКРЯ].

Происхождение существительного ***тусовка*** представляет особый интерес, поскольку до сих пор не установлены возможные способы его возникновения в языке. Так, те исконные лексемы, которые совпадают по своей корневой основе (например, устаревшее диалектное слово *тусинь* или *тусклый*), не могли послужить внутренней формой для образования слова, поскольку их значение входит в противоречие с яркостью красок, характерной для данного неологизма. В различных источниках предлагается несколько версий происхождения слова: от глагола *тасовать* (процесс перемешивания

людей во время общения), от французского *tous* («все») или *toussier* («кашлять»), от английского *toss* («бросать, метать») [см. Комлев 2006; teenslang.su].

Анализируя различные материалы СМИ, Т.М. Шкапенко и Ф. Хюбнер отмечают, что явление, получившее название *тусовка*, представляет собой оригинальный социокультурный феномен, не имеющий precedентов в рамках советского периода [Шкапенко, Хюбнер 2003]. Авторы указывают, что *тусовка* превратилась из простого формата досуга в организованное объединение людей, связанных не только общими интересами, но и конкретными целями. За внешней развлекательной оболочкой скрываются серьёзные задачи: продвижение определённых интересов, самопиар и получение бесплатной рекламы [Там же]. Наблюдения за функционированием существительного *тусовка* во временной перспективе свидетельствуют о том, что почти за три десятилетия слово прошло путь от обозначения встречи неформального, развлекательного характера, до объединения различных групп людей по социально значимым признакам [см. подробнее Поляк, Дудурич 2023].

Существенным аспектом развития данного явления стала его метонимическая трансформация. Слово *тусовка* теперь может обозначать как само мероприятие, так и сообщество людей, его составляющих. Эта многозначность породила широкий спектр устойчивых словосочетаний, где слово используется в различных контекстах: от описания профессиональных сообществ до характеристики социальных групп по интересам, статусу или территориальному признаку, например: *столичная тусовка*, *светская тусовка*, *модная тусовка*, *музыкальная тусовка*, *либеральная тусовка*, *молодежная тусовка* и др.), среди которых *светская тусовка* занимает первое место по частотности своего употребления.

Дегархаизации подверглись номинации единичных представителей данного социального образования: *светская львица* (*светский лев*). Еще в словаре 1999 года издания данное сочетание имеет помету устаревшего

«Светская львица (устар.) – дама высшего света, пользующаяся в нём особым успехом» [Ожегов, Шведова 1999]. Интересно, что стертая зооморфная метафора (лев → человек) основана не на каких-либо качествах льва, а на присвоенном ему людьми статусе «царя зверей». «Светская львица (устар.) – дама высшего света, пользующаяся в нём особым успехом» [Ожегов, Шведова 1999]. Во многих других источниках, характеризующих дореволюционное светское общество, обращается внимание на аристократическое происхождение «светских львиц», на особенности стиля жизни, а именно, регулярное посещение светских мероприятий, а также на успех и влияние в светских кругах.

Нельзя отказать в проницательности ИИ, который описывает *светских львиц* в российском обществе как «женщин с высоким социальным статусом, влиянием и богатством, активно посещающих закрытые мероприятия, <...> ассоциирующихся с Рублевкой, гламуром, эпатажем и скандалами, получающими медийную известность» (ИИ). Как видим, никаких требований по отношению к аристократическому происхождению или образованию к современной ипостаси светских львиц не предъявляется, оттого вполне обоснованным представляется утверждение Ю.В. Горшунова о том, что «влияние поп-культуры и СМИ привели к размытости границ между понятием «светская львица» и «знаменитость», особенно когда статус знаменитости во многом обусловлен гламурным (читай, бурным) образом жизни» [Горшунов 2022: 436]. Понятие «светская львица», по мнению этого же автора, «амбивалентно и включает в себя гламурный образ жизни, известность, активное участие в светских раутах, с одной стороны, и, скандальность, с другой, намекая на то, что светские львицы могут порой вести себя вызывающе и провокационно, могут устроить публичный дебош и даже нарушить закон» [Там же].

Переносное значение слова фиксировалось и в предыдущие периоды развития общества и русского языка: «звезда – о человеке, прославившемся в какой-либо сфере деятельности; о знаменитости» [МАС]. Например, *звезды*

советского кино, звезды советского экрана и т.п. Однако в СССР такой способ номинации был дополнительным, факультативным, изредка соседствующим с официальными званиями «заслуженный» или «народный артист Советского Союза». Количество «звезд» было очень невелико, а их медийная представленность ограничивалась сценической жизнью и искусством, в то время как скандальные похождения (в случае их наличия) тщательно скрывались от общества.

Внутри самих звезд существуют любопытные номинации, присваивающие им конкретный статус: *король эстрады*, *поп-король* (Филипп Киркоров), *императрица* (Ирина Аллегрова, Елизавета Туктамышева), *примадонна* (Алла Пугачева). В основе данных метафор лежит перенос признаков монарха (главенство, исключительность) на артиста, например:

Король российской эстрады Филипп Киркоров назвал звездную певицу Люсю Чеботину новой Примадонной в России! «Для меня Люся – королева!» (vk.com).

Отметим, что навязчивые попытки телемедийных средств формировать страту звезд и сверхзвезд и присвоить ей статусные метафорические наименования вызывают усталость и неприятие у огромного количества людей. Так, реакции на приведенную выше фразу пользователей социальной сети «ВКонтакте» сводились к следующему:

«Как они надоели! Кто их короновал? Скоморохи хр.....!»; «Какие они «король», «королева»? Сброд, без чести, совести и уважения к людям!»; «Сами себе навешали титулов и гордятся. Титулы плюс звезды. Больная эстрада»; «Задолбали эти королевы и примадонны вместе с петухом ряженым. Шуты придворные» (vk.com).

Среди новых фразеологических сочетаний прилагательного *звездный* появились *звездный час* и *звездная болезнь*, относящиеся к соответствующим характеристикам личности. Так, *звездный час* – момент наивысшего успеха и признания, тогда как *звездная болезнь* описывает негативное психологическое состояние, связанное с переоценкой собственных возможностей,

высокомерием и потерей связи с реальностью. Заметим, что данные фразеологизмы образованы на собственной языковой почве, в английском языке имеются лишь их относительные смысловые эквиваленты *finest hour* и *starstruck*.

Интересным примером неосемантизации слова в его отнесении к появившейся страте богатых молодых наследников крупных состояний, является существительное *мажор*.

Исследование употребления слова в НКРЯ демонстрирует, что формирование нового социально-стратификационного значения у лексемы началось в период 1990-х годов. До этого момента существительное функционировало как музыкальный термин в антонимической корреляции с существительным *минор*: «*мажор* – музыкальный лад, звуки которого образуют аккорд, состоящий из большой и малой терции (характеризуется бодрой, радостной звуковой окраской); *противоп.* минор» [МАС]. Современные словари отражают развитие у слова нового лексико-семантического варианта «тот, у кого в жизни всё хорошо складывается благодаря поддержке родителей (об энергичном образованном молодом городском жителе, успешно делающем карьеру)» со стилистической пометой «жарг.» [БТСРЯ]. В словаре-справочнике «Новые слова и значения» фокус значения смещается на образ жизни, в котором успех подменяется демонстрацией статуса, а личные качества отходят на второй план, причем существительное приводится в форме множественного числа: «*Мажоры* – дети обеспеченных родителей, ведущие беззаботный, разгульный образ жизни» [НСЗ-90]. О преобладании в значении поведенческой семы свидетельствуют и примеры из НКРЯ: *Возможность для так называемых "мажоров" не обращать внимание на соблюдение правил, откупаться от всего деньгами или известностью, порождает чувство безнаказанности, благодаря которому и оказываются на дороге водители в невменяемом состоянии; Картина про эгоистичного мажора, который перевоспитывается в порядочного человека, побила многие рекорды; В*

отношении "кировского мажора", напавшего на журналиста, возбудили дело [НКРЯ].

Примечательно, что слово *мажор*, заимствованное ранее из французского языка (*majeur* «большой», «главный»), только в русском языке подверглось неосемантизации и приобрело новое социальное значение, став обозначением определённой страты. Метафорическое значение слова сформировалось предположительно на основе выделения интегральной семы «радостное настроение», характеризующее как музыкальный лад, традиционно воспринимаемый как светлый и радостный, так и беззаботный образ жизни описываемой социальной группы, наслаждающейся возможностями, связанными с богатством их родителей [см. подробнее Дудурич, Шкапенко 2023].

С начала 1990-х годов *мажор* начинает активным образом использоваться для обозначения представителей данной социальной страты. В основном корпусе НКРЯ за период 1990–2000-х гг. в новом значении существительное встречается в более 30 источниках и используется для обозначения детей новых русских, олигархов, разных элит и состоятельных представителей власти. Характер употребления неосемантизма отражает и знаковые черты формирующегося типа личности, и сложный социально-экономический фон, который определил «лицо» новой эпохи. Примечательно, что в других языках не существует аналогичного термина, что делает русское *мажор* уникальным социолингвистическим феноменом. В современном неосемантическом значении *мажор* представляет собой не столько показатель социального статуса, сколько определённый поведенческий тип. Это проявляется в характерных чертах носителей данного статуса: в показной демонстрации богатства и специфическом образе жизни, нередко выходящем за пределы допустимых общественных норм. У существительного даже появился производный глагол «*мажориться*», имеющий значение «демонстрировать статус, деньги или престиж, вести себя вызывающе, подчёркивая свои финансовые возможности

или социальное положение» (family.ru). Например: «Хочу отметить, что гламуриться, тусоваться и мажориться – это не к нам» (<https://fadm.gov.ru>); «Настоящий чел не будет мажориться, он знает себе цену, зачем вся ненужная мишура?» (www.threads.com)

К чрезвычайно интересным номинациям, фиксирующим расслоение российского общества по признаку «богатство/бедность», относится существительное **нищеврод(ы)**. Лексема *нищеврод* образована методом сложения основ (*нищий* + *бродить*) с помощью соединительной гласной -е. Изначально имело значение «шатуший нищий, побирушка, попрошайка», *нищевродничать* («скитаться побираясь»), маркированного пометой «укоризненно» [Даль]. Кроме значения «неимущий, крайне бедный; отличающийся нищетой», фиксируются значения «живущий подаянием, милостыней» и «испытывающий острый недостаток в чём-л., скудный, бедный» [БТСРЯ].

В современном русском языке семантика лексемы *нищеврод* претерпела существенные изменения. Если раньше она обозначала человека, скитающегося и просящего милостыню, то сегодня эта номинация сопровождается пометами «разг.», «пренебр. или уничиж.» и применяется к характеристике людей «с низким материальным достатком» (руни.рф).

Как отмечает Л.Г. Бабенко, существительное *нищеврод* «оказалось востребованным как номинация социального типажа, характеристика и место которого в системе социальной стратификации российского общества является в настоящий момент предметом осмысления и оценки» [Бабенко 2019: 26]. Данная характеристика слова находит подтверждение в его актуальном употреблении. Необходимо отметить, что слово активно используется в качестве средства речевой агрессии и часто выступает как социальный ярлык, призванный унижить человека [Там же]. Об исключительно пейоративном употреблении свидетельствуют и многочисленные примеры из НКРЯ (80 вхождений в газетном подкорпусе): *Богатые и бедные люди не понимают друг друга, но до сих пор принято*

считать, что это нищеврод не в силах понять миллионера; Тоже мне, пан-барон! Нищеврод, вот кто ты! Другие вон дарят женам машины, дома; «Как бы грубо это ни звучало, но в элитных заведениях нищевродам не место; Княжество Монако на Лазурном Берегу – место не для нищевродов [НКРЯ].

Приведенные выше примеры свидетельствуют также о новом понимании самого статуса бедных: все те, кто не принадлежит к страте богатых и успешных людей, не считающихся с деньгами, получают ярлык «нищевродов». В данном неосеманте и способах его употребления отражается новое отношение «новых богатых» к тем, кто не принадлежит к их страте, полностью лишенное сострадания или истинного милосердия. Убедительное подтверждение кардинальной реаксиологизации слова находим при сопоставлении данного неосемантизма с номинациями периода Древней Руси (X–XIV века), которые эксплицитным образом показывают отношение к неимущим в России того времени.

Так, среди наименований лиц, оказывающих помощь и поддержку нуждающимся, были распространены следующие: *человеколюбец, нищекормилец, нищепитательница, печальник, милостивец, страннолюбец* и др.): *страннолюбец* – принимающий с любовью странников [МСДЯ 2003: 537]; *нищекормилец* – заботящийся о снабжении бедных пищей [МСДЯ 2003: 456]; *печальник* – тот, кто имеет о других попечение [ПЦС 2004: 421]. Среди наименований меры и способов оказания помощи бедным встречаем номинации *нищепитательство, нищелюбие, милосердствовати, благотворить* и др.), лексико-семантическая группа «характеристики, отражающие способность человека к проявлению заботы о ближнем», также включает в себя слова, отражающие любовь к ближнему, в том числе к нищему: *милосердие, милосердствие (сострадание), человеколюбие, странноприимство, нищелюбивый, милосердный* и др.) [см. подробнее Колесникова 2025].

Дериваты, образованные от введенного в активный лексический состав существительного *нищеврод* (феминитив *нищевродка, нищевродство*

(состояние или образ жизни *нищеврода*), *нищевродский* (характеризующий черты поведения или мышления *нищеврода*), сохраняют резко негативное отношение к именуемым субъектам.

Отдельного внимания заслуживают новые фразеологические единицы, отражающие процесс социальной стратификации общества и одновременно содержащие оценку вербализуемых групп. Так, заимствованное из английского языка слова *офис* привело к появлению целой группы людей, так называемых офисных сотрудников, которым уже не нужно стоять за станком или трудиться в поле, а заниматься, по мнению многих, переключением бумаг, бесконечными созвонами и совещаниями, а также компьютерными играми и чтением новостей с целью имитации работы.

Подобные атрибуты образа офисных работников послужили основой для образования на рубеже 1990 – 2000-х годов метафорического выражения ***офисный планктон***. Метафора возникла путём переноса с биологического понятия (*планктон*: «совокупность животных и растительных организмов, живущих в толще воды и переносимых силой течения» [Ожегов, Шведова 1999]) на социальную сферу. В данном фразеологизме подчеркивается «растительный» характер времяпрепровождения офисных работников, однообразие и непродуктивность их деятельности, о чем свидетельствует целый ряд примеров: *И протирает юбки, брюки в конторах офисный планктон; Из-за неправильного стиля управления <...> люди перестают принимать эффективные решения, превращаются в офисный планктон* [НКРЯ].

Заметим, что в свое время была популярна песня группы «Ленинград» «Менеджер» (2003 г.) со словами: «Тебе повезло, ты не такой, как все, ты работаешь в офисе», что символизировало появление новой страты работников, не связанных с физическим трудом и работающих чаще всего в бизнес-структурах. Однако постепенно начинается переоценка данного типа труда как малопродуктивного и антиинтеллектуального, например:

И когда наш бизнес решил увольнять балласт, то есть резать офисный планктон [НКРЯ].

Как указывает Беляев, «в последние годы выявилась тенденция отношения к офисному труду без прежнего пиетета, скорее скептически и всё чаще – негативно. Офисный планктон – не строгое научное понятие, а аллегорическое обобщенное обозначение офисных работников, в основной массе малооплачиваемых менеджеров низших уровней управления» [Беляев 2011: 112].

Если фразеологизм *офисный планктон* отражает негативную оценку, то калька *белые воротнички* (от англ. *white-collar worker*) характеризуется нейтральной стилистической окраской. Этот термин был придуман американским социологом Эдвардом Джонсоном в 1930-х годах, который использовал его для обозначения нового класса работников, занятых в сфере услуг и интеллектуальном труде. Такие работники обычно носят формальную или профессиональную одежду, включая белые рубашки с галстуками или галстуками-бабочками, что и послужило основой для метонимического обозначения данной страты.

С течением времени значение термина «белые воротнички» расширилось, теперь его используют не только для обозначения определенной профессиональной группы, но и как общий термин для описания принадлежности среднего класса и сферы услуг в целом [см. Поляк 2024]. Например: *К студентам присоединились «белые воротнички» и большое количество прочего народа; Это чиновники, военные, финансисты, бизнесмены, сотрудники крупных госпредприятий, словом, «белые воротнички» [НКРЯ].*

Механизм метонимического переноса лежит в основе другой фразеологической номинации, представленной в сочетании *малиновые пиджаки*. Заметим, что данный тип социальной характеристики является регулярным в различных языках, например: синие воротнички (англ. *blue collar*), желтые жилеты (фр. *Gilets jaunes*) и др. В данном случае механизм

переноса основан на устойчивой ассоциативной связи между внешним атрибутом (малиновый/красный пиджак) и социальным типом его носителей, в результате чего типичный предмет гардероба становится маркером целого социокультурного феномена.

Во фразеологическом словаре *малиновые пиджаки* фиксируются с пометой «новое» в значении «возникшая в России 90–х годов криминальная или полукриминальная социальная прослойка так называемых новых русских» [СРФН]. В современном медийном и художественном дискурсе единица практически уже не используется (два употребления после 2016 года в НКРЯ) и остается в употреблении только как социальный историзм.

Актуальным для последних геополитических событий стало появление целого ряда неологизмов для обозначения людей, которые покинули Россию после объявления частичной мобилизации 21 сентября 2022 года. Так, фразеологизм *философский самокат* – ироническое сочетание, возникшее как отсылка к историческому выражению *философский пароход*, представляющему собой собирательное метафорическое название целой серии рейсов пассажирских судов в 1922 году, на которых советское правительство выслало из страны за границу более 80 выдающихся представителей русской интеллигенции. Как указывает ресурс «Неолекс», «в связи с официальным запретом пересекать КПП на границе с другими странами пешком на некоторых пропускных пунктах люди, покидавшие РФ после объявления частичной мобилизации, использовали для пересечения границы различные транспортные средства, в том числе – электрические самокаты» [Neolex]. Например: «29 сентября 2022 года исполняется сто лет «философскому пароходу» – массовой высылке большевиками интеллигенции, не принявшей революцию. Сегодня годовщина выглядит актуально как никогда: из России уже полгода вылетают «философские самолеты», а в последние дни на границах РФ можно встретить и «философский самокат» (sysblok.ru).

Отметим, что стремление присвоить оценочное наименование той страе людей, которые покинули страну в связи с вышеуказанными событиями, отразилось в целом ряде словообразовательных неологизмов (*уезжанты, отъезжанты, покиданцы, поухавшие, унаехи, сентябрюта*), анализу которых будет посвящен следующий параграф.

2.2. Морфологические способы образования соционимов

Диахронический анализ типов словообразовательных моделей, используемых с целью присвоения имени социальным стратам, выявляет чрезвычайно интересную картину, свидетельствующую не только об определенных стадиях развития словообразовательной системы русского языка, но и о тесной взаимосвязи изучаемого пласта лексики с экстралингвистическими факторами⁹. Так, первоначальные представления о различиях в стратификации общества получают свою экспликацию преимущественно в виде субстантивированных прилагательных (*боярские, дворовые, мастеровые, приказные, служилые, тяглые, посадские, торговые, ремесленные, мастеровые, работные* и др.). Причем в текстах документов того времени (Русская Правда, Соборное Уложение 1649 года) они функционируют в составе полных атрибутивных сочетаний с определяемым существительным *люди*, а также как самостоятельные номинации. С точки зрения внутренней формы вполне естественным для данного этапа развития языка представляется использование в качестве мотивирующего (ономасиологического) признака внешне выраженных атрибутов, например: место службы, проживания, вид ремесла и т.п.

Отдельные страты получали сразу несколько наименований. Так, в качестве общего обозначения людей, которые в русском государстве XV начала XVIII вв. должны были платить государственные налоги и выполнять

⁹Поскольку анализ соционимической лексики в ранние периоды существования российской государственности не входит в задачи нашего исследования, языковые данные извлекаются нами из лингвистических статей Н.Г. Благовой [Благова 2007] и Е.В. Шаповаленко [Шаповаленко 2026] с целью выявления базовых отличий современных словообразовательных типов номинации от существующих ранее.

другие повинности (так называемое тягло), использовалось сочетание *тяглые люди*. В различных документах встречаем также номинации *подлые люди* или *черные люди* в значении низших слоев городского и сельского населения, занятых преимущественно черным трудом [Ключевский 1918].

Таким образом, первоначальная система номинации складывающихся в государстве страт получала унифицированную грамматическую форму «Adj. + люди», зачастую переходящую в субстантивы. Заметим, что в современном языкознании существует несколько подходов к классификации процесса субстантивации: полная и неполная субстантивация, абсолютная и относительная, узуальная и окказиональная [Подосинникова, Мяснянкина 2018: 94]. Одновременное функционирование номинаций страт и как автономных существительных, и в составе сочетаний с существительным *люди*, свидетельствует о том, что процесс субстантивации в то время имел относительный характер.

Если данный тип словообразования можно считать основанным на стремлении дифференцировать различные страты с помощью выделения их конкретных признаков, то, начиная с Манифеста Петра III «О даровании вольности и свободы всему российскому дворянству» 1762 г., впервые фиксируются попытки юридического регулирования различных страт и объединения людей в однородные социальные группы. Это нашло свое выражение в суффиксальном способе образования, где в качестве маркера социального объединения служил суффикс *-ств(о)*, придающий существительным значение собирательности.

Согласно словарю В.В. Лопатина, И.С. Улуканова, суффикс *-ств(о)* реализует значение «совокупность лиц, названных мотивирующим сщ.» (*человек* → *человечество*, *воин* → *воинство*, *славянин* (*славяне*) → *славянство* и т. п.) или же «совокупность лиц, характеризующихся признаком, названным мотивирующим прл.» (*общий* → *общество*, *духовный* (*духовное лицо*) → *духовенство* и т. п.) [Лопатин, Улуканов 2016: 645]. Если учесть наблюдения Ю.С. Азарх о том, что, «в отличие от множественного числа, собирательности

присуща своего рода увеличительная, усилительная множественность» [Азарх 1984: 146], то можно предположить, что регулярное использование в дальнейшем в юридических документах (Манифест Петра III «О даровании вольности и свободы всему российскому дворянству» 1762 г., Жалованная грамота дворянству 1785 г., Свод законов Российской империи 1835 г. и др.) соционимов, образованных при помощи форманта *-ство* со значением собирательности, имело в том числе и социопроективное значение. Если в языке анализируемого периода функционировала в целом трёхчленная модель: обозначение одного члена (*дворянин*), многих членов как расчленённого множества (*дворяне*) — и всей группы как совокупного множества (*дворянство*), то в документах, закрепляющих и регулирующих статус различных социальных групп, доминировали именно собирательные существительные.

Как указывает Е.В. Шаповаленко, «авторы Свода законов Российской империи стремились не только регламентировать права и обязанности различных социальных групп, но и с точки зрения их номинаций, выносимых в заголовки конкретных статей, пытались стратифицировать Россию как состоящую из устойчивых социальных групп. <...> Продуктивность словообразовательных моделей с собирательным значением характерна также для соционимов более позднего периода, задающих типовой организационный формат таким группам, как *чиновничество, земство, мещанство, студенчество* и т. п.» [Шаповаленко 2026: 242]. Данный устойчивый деривационный тип поддерживался даже в рамках номинаций послереволюционного периода, когда, кроме заимствованных наименований *пролетариат* и *буржуазия*, функционировало существительное *крестьянство* или *трудовое крестьянство*.

Анализ словообразовательных моделей, характерных для соционимов современного периода, с начала 90-х годов, демонстрирует отказ от доминирующей ранее, образованной на собственной языковой почве деривационной собирательности, в пользу форм множественного числа с

характерной для них расчлененностью категоризируемых групп. Так, среди проанализированных нами соционимов ни в одной группе нет существительных с суффиксом *-ств(о)*. Более того, проведенный нами сопоставительный анализ использования двух форм «студенты/ студенчество» на базе НКРЯ с начала 90-х годов выявил, форма «студенты» устойчиво доминирует по частотности (показатель *ipm* составляет 23, 7 против 3, 49). При этом форма «студенчество» сохраняется в языке как семантически и стилистически маркированная единица, преимущественно в устойчивых сочетаниях и контекстах, подчёркивающих идею общности или периода жизни.

Резкое падение продуктивности существительных со значением собирательности в качестве наименований социальных страт в русском языке новейшего периода объясняется, на наш взгляд, во-первых, влиянием английского языка, в котором суффикс собирательной множественности *-hood* не использовался столь активно для образования соционимов и имел несколько иные функции среди существительных: *brotherhood* – братство, *sisterhood* – сестринство, *neighborhood* – район, соседство, соседи, *nationhood* – государственность, нация, *bachelorhood* – холостяцкая жизнь, *widowhood* – вдовство, *knighthood* – рыцарство.

В сущности, только последнее существительное можно охарактеризовать как обозначение социальной страты, другие в большей степени относятся к характеристикам неформальных групп и образованы от терминов родства, а не от наименований социального статуса человека. Кроме того, исчезновение суффикса *-ств(о)* и его замену флексией множественного числа можно охарактеризовать как следствие действия экстралингвистических факторов – а именно, все большей дисперсностью социальных групп, межгрупповой мобильностью их членов и т.п.

Единственным морфологическим формантом, сохраняющим семантику нерасчлененной множественности, является суффикс *-ат*, характерный для терминообразования. Однако, поскольку изобретение социологических

терминов является в настоящее время «прерогативой» зарубежных, в основном англо-американских ученых, то соционимы терминологического характера с суффиксом *-at* заимствуются уже в составе транслируемых из английского языка терминологических лексем. Например, в основных терминах настоящего времени: *когнитариат*, *салаариат*, *прекариат* [см. подробнее Шкапенко, Стрельчук 2025: 437]. Единственный термин собственного изобретения с суффиксом *-at* «консьюмериат» зафиксирован нами в работе российского социолога М.Г. Бреслера. К сожалению, он не вошел в состав общепризнанных терминов, хотя отражает, по нашему мнению, самую представительную страту, в которую входят практически все жители развитых стран, будучи членами «общества потребления». Однако сам М.Г. Бреслер использовал данный термин в суженном значении, только по отношению к интернет-технологиям: «*консьюмериат* обозначает находящихся в нижних слоях общества представителей социальной группы/класса потребителей информационного продукта» [Бреслер 2023: 143].

В научном и научно-публицистическом дискурсе встречаем также соционим *олигархат*, который можно признать образованным на собственной почве с помощью суффикса *-at*. Заметим, что в английском языке нет прямого аналога данному слову: для обозначения власти богатых используется слово *oligarchy* (олигархия); для номинации группы людей, обладающих финансовыми рычагами власти, используют слово *oligarchs* «олигархи». Появление в русском языке словообразовательно маркированного слова *олигархат* свидетельствует о сформированности данной группы в России как автономной социальной страты.

Из словообразовательных моделей, свойственных предыдущим эпохам развития русского языка в рассматриваемой нами области, активными остаются, в сущности, только субстантивированные прилагательные, отражающие дифференциацию общества (*бедные/богатые*, *сверхбогатые*, а также *богатеишие* люди). В то же время субстантиват *бедные* выходит из употребления: как мы указывали выше, для современных номинаций

характерна тенденция к политической корректности, которая решается за счет использования эвфемических номинаций *малоимущие* или *малообеспеченные* слои населения. Заметим, что субстантивированное причастие *неимущие* практически вышло из употребления (последнее употребление зафиксировано НКРЯ в 2017 году).

Влияние английского языка со свойственным ему аналитическим типом словообразования наиболее очевидным образом проявляется в значительном количестве составных номинаций, деривационный статус которых до сих пор не получил унифицированной интерпретации в российской лингвистике. Речь идет о номинациях социальных групп, в которых видовой признак располагается в препозиции, а в постпозиции повторяется гиперонимическая субстантивная единица, например: *бьюти-инфлюенсер, аватар-инфлюенсер, CGI-инфлюенсер, фитнес-инфлюенсер, ЗОЖ-инфлюенсер, педагог-инфлюенсер, дети-инфлюенсеры, подростки-инфлюенсеры, блогер-инфлюенсер, fashion-инфлюенсер; кибер-элита, бизнес-элита, эрзац-элита; дети-волонтеры, педагоги-волонтеры, тьюторы-волонтеры, студенты-волонтеры, психологи-волонтеры, преподаватели-волонтеры, экологи-волонтеры, менеджеры-волонтеры, полицейские-волонтеры, переводчики-волонтеры* и т.п.

Производные, в образовании которых участвуют компоненты данного типа, квалифицируются либо как сочетания слов, первое из которых представляет собой аналитическое (неизменяемое) прилагательное, либо как сложные слова или композиты. На двойственную природу исследуемых сочетаний обращают внимание Т.В. Григорьева и С.Е. Родионова, в том числе на имеющиеся во многих исследованиях «расхождения по поводу того, к какому все-таки уровню: лексическому (результату словообразования) или синтаксическому (аналитическое словосочетание) их относить» [Григорьева, Родионова 2022: 812]. Наиболее распространённым, по мнению ученого, является отнесение иноязычных компонентов «к неизменяемым

прилагательным (аналитическим прилагательным, аналит-прилагательным, прилагательным с нулевым склонением)» [Там же].

Среди аргументов, высказываемых в пользу описания подобных единиц как аналитов, выделяются следующие: «большинство именных композитов имеет оригинал – словосочетание на английском языке – и повторяет его структурно при перенесении в русский язык, т. е. сохраняется количество компонентов и порядок их следования; оба компонента, будучи употреблены по отдельности, имеют грамматические признаки слова; отмечаются случаи раздельного написания, т. е. отсутствия дефиса в письменной реализации, особенно в случае с сохранением оригинальной графики первым компонентом» [Снегова 2017: 588–589].

При любом способе морфологической квалификации, для нашей работы принципиально важным является то, что нейтральные обозначения социальных страт и их дифференциация осуществляются с помощью заимствованных словообразовательных конструкций, что отражает общие тенденции в процессе взаимодействия русского и английского языков.

В то же время собственная деривационная активность в области изобретения неологизмов со значением социальных страт осуществляется только на базе оценочных неологизмов, характерных для разговорной речи. При этом наибольшая креативность проявляется в рамках страты, основанной на локализационном критерии, что свидетельствует о важности вербализуемого в неологических дериватах процесса въезда/выезда людей из страны и оценки его субъектов для национального сознания.

Одна группа неологизмов отражает отношение к тем, кто приехал в Россию из других республик или регионов, прежде всего, это общеупотребительный неологизм *понаехи*. Устойчивую пейорацию данному социофолизму придает способ его образования от глагола «понаехать», в котором две приставки *по-* и *на-* указывают на результат, превышающий норму или желательные границы.

Ресурс «Неолекс» фиксирует существительное *понаех* с 2001 года с пометой неодобр. в значении «о том, кто в числе прочих переехал в какое-л. удобное для жизни, популярное место; о переселенце» [Neolex].

Приведем примеры: *«В Москве, как известно, живут не москвичи, а таинственное замкадное племя «понаехов», мутантов миграционного сдвига 90-х, когда все, кому удалось выгрызть денег на билет, рванули в город, где крутятся 88 процентов национальных финансов, с единственным императивом: «Урву!».* (Neolex); *«Сами местные так называемых «понаехов» совсем не любят, обычно общаются с нами по-хамски»* (newslab.ru); *«Понаехи – вы паразиты на теле перенаселенного города»* (vk.com).

К этой же группе относится заимствование из немецкого языка *гастарбайтер(ы)*, которое в русском языке ассимилировалось, образуя ряд разговорно-просторечных вариантов *гастеры* и *гастрики*. Лексема *гастер(ы)* образована путем морфемного усечения многосложной производящей основы *гастарбайтер*. В рамках деривационного усечения происходит удаление второго компонента немецкого композита (*-arbeiter* – букв. «рабочий»), что приводит к стиранию исходной внутренней формы слова («трудовой мигрант») и актуализации пейоративного признака «чуждого». Лексема функционирует в речевой практике как жесткий социальный маркер, выражающий социальную дистанцию и пренебрежительное отношение принимающего социума к малоквалифицированным иностранным рабочим. Например: *«О том, что гастеры бедные и несчастные ходит молва с середины 90-х, когда они стали валом валить в Россию»* (www.livejournal.com); *«Гастеры нужны как бесправная дешевая рабсила, которым можно платить гроши»* (newsland.com).

Данное слово стало производящей основой для образования суффиксального деривата *гастрик(и)*. Переход от пейоративного *гастеры* к диминутивному *гастрики* снижает уровень открыто транслируемой агрессии, переводя номинацию в регистр сниженной иронии, фамильярности или снисходительности. Например: *В нашем районе полно гастеров – они*

заполнили все стройки; На рынке опять гастеры торгуют – цены завышают, а качество товара низкое (www.fastslang.com); «Ну, потому что я каждый день, проходя по подземному переходу, шарахаюсь от гастриков, таджиков и всяких черных, гоняющих по этому переходу на мотиках с доставкой чего-нибудь» (www.livejournal.com).

Однако намного больше словообразовательных неологизмов, дающих оценку по локализационному признаку, относится к номинациям тех людей, которые покинули Россию после начала СВО и объявления частичной мобилизации 21 сентября 2022 года (*релоканты, уезжанты, отъезжанты, покиданцы, поухавшие, унаехи, сентябрюта*).

Единственной функционально-нейтральной номинацией в данном ряду выступает неологизм *релокант(ы)*, обозначающий российского гражданина, «покинувшего страну в связи с началом СВО или объявлением частичной мобилизации (обычно с сохранением работы)» [Neolex]. Интересно проследить эволюцию значения этого существительного: если в 2007 году оно означало того, «кто сменил место жительства по производственной необходимости (обычно в результате переезда в другую страну или в другой регион)» [Neolex], то сегодня акцент смещен на переезд по геополитическим причинам. Эти неологизмы применяются в отношении людей, которые спешно выехали за пределы России после объявления частичной мобилизации.

Номинация представляет собой гибридное образование, состоящее из интернациональных словообразовательных средств – латинского префикса *ре-* (*re-* со значением возобновления, повторности действия), усеченной интернациональной основы *-лок* (от лат. *locus* – место) и суффикса *-ант*, который чаще всего образует существительные мужского рода от иноязычных корней. На сегодняшний день это единственное нейтральное терминологическое обозначение в анализируемой группе, полностью лишённое пейоративной экспрессии и функционирующее как в медийном, так и в официально-деловом дискурсах. Например: «В современном контексте

релоканты – это разнородная социальная группа, объединенная не идеологией, а способом организации жизни» (www.rbc.ru).

Интересной является номинация *ререлокант* (зафиксирована ресурсом «Неолекс» в 2023 году), которая обозначает того, «кто вернулся в свою страну после проживания за границей в качестве перемещенного сотрудника» [Neolex]. Существительное образовано путем добавления префикса *–ре* со значением «повторности действия» [Лопатин, Улукханов 2006: 214] к уже существующему термину, что дает эффект морфологической редупликации.

В образовании данного слова прослеживается действие принципа аналогового словообразования [Катермина 2019], которое прослеживается и в других дериватах с суффиксом *-ант*. Эффект пейорации возникает в результате присоединения заимствованного суффикса *–ант* к исконно русским глагольным основам (*уезжать/отъезжать*). Приставочные элементы дифференцируют прагматический вектор: префикс *у-* акцентирует внимание на факте удаления из исходной точки, в то время как префикс *от-* подчеркивает процессуальную стадию оформления документов.

И.А. Измestьева отмечает, что жаргонизмы СВО возникают преимущественно на почве русского языка. По ее справедливому замечанию, «жаргонизмы СВО, возникшие на основе иностранной терминологии, немногочисленны, они соотнесены с названиями техники и оружия. Основной пласт жаргонизмов определен языковым материалом, входящим в русский язык. В языке СВО активно используется модель жаргонного образования, которая связана с различными суффиксами, например, *повесточник, отъезжант, уезжант* и др» [Измestьева 2024: 163].

Данные номинации используются как маркеры социальной стигматизации, выражая неодобрение и негативное отношение к тем, кто покинул страну в сложных обстоятельствах, например: *«Но все эти уезжанты рассчитывали на то, что их пожурят, и всё вернётся на круги своя»; «Постепенно делают попытку вернуться и другие отъезжанты и, как под копирку, дают на жалость: «Я понял/поняла, что не могу выступать не в*

России!» (<https://webkamerton.ru>); «Во-первых, любые действия российского гражданина регулируются уголовным и гражданским правом. Во-вторых, сейчас ситуация в стране необычная, решение проблем с этими “отъезжантами” и громкими “ругантами” требует системного подхода» (nsn.fm).

Окказиональное новообразование *руганты* в данной цитате представляет собой попытку создания общего негативного наименования для тех, кто громогласно осуждает Россию, проживая на Западе или в других странах.

Не менее интересным представляется создание неологизма *поуехавшие*, образованного от малоупотребительного в русском языке глагола *поуехать*, в котором присоединение префикса *по-* со значением «многократно, иногда также поочередно совершить действие, названное мотивирующим глг; действие совершено всеми или многими субъектами, или направлено на все или многие объекты» [Лопатин, Улукханов 2006: 158] к глаголу совершенного вида дает эффект грамматико-семантического контраста. Хотя вполне вероятной представляется и версия его антонимического образования в качестве антонима к субстантивированному причастию *понаехавшие*. Косвенным подтверждением такого способа образования слова является также зафиксированное нами существительное *унаехи* – окказиональное образование, созданное путем деривационной аналогии с лексемой *понаехи*. Замена префиксов *по-на-* на антонимичный в данном контексте префикс *у-* (со значением удаления) усиливает разговорно-сниженный оттенок номинации.

Еще одной окказиональной номинацией уехавших граждан вступает лексема *покиданцы*, являющаяся суффиксальным дериватом от глагольной основы *покидать*. Деривационная модель суффикса *-ан(ец)/-анцы* соотносима с регулярными номинациями лиц по месту жительства или принадлежности к сфере деятельности (*псковцы, оборонцы*). Семантика единицы несет в себе выраженную сниженную разговорную окраску с элементами прагматического осуждения, имплицитно транслируя семантику «оставления», «покидания»

родины в переломный для нее момент. Вполне возможной представляется также ассоциативная мотивация на основе разговорного, грубо-просторечного слова *засранец*, имеющего значение «о дрянном, пакостном человеке» (sinonim.org).

Среди неологических соционимов данного ряда выделяется существительное *сентябрята* (суффиксальный дериват от субстантивной основы *сентябрь* с использованием форманта *-ят*). Словообразовательная модель реализуется по аналогии с историческим термином советской эпохи *октябрюта*. В современном употреблении лексема носит ироничный характер и употребляется в значении «о россиянах, уехавших из страны после объявления частичной мобилизации 21 сентября 2022 г.» [Neolex]. Использование уменьшительно-ласкательного суффикса множественного числа *-ят* в данном употреблении деактуализирует свое первичное значение возрастной незрелости, приобретая иронический, метафорический характер. В данном случае вполне возможной представляется также мотивация антонимического характера: если *октябрюта* в СССР представляли собой институциональное объединение младшего возраста, исторически востребованное и положительно оцениваемое, то существительное *сентябрята* содержит в себе отрицательную оценку и указывает на неустойчивость и изменчивость общественных идеалов.

Выводы

Проведённый количественный анализ показал, что общее число соционимов насчитывает 132 единицы. Из них 80 лексических единиц представляют собой заимствования различных типов: 33 – прямые заимствования и 47 – кальки и полукальки. Языком-донором выступает английский язык (только единичные номинации представляют собой заимствования из французского и немецкого языков). К лингвистическим техникам образования соционимов на собственной языковой почве, относятся: неосемантизация (изменение значения слова или его оценочности): 9 лексических единиц, и образование словообразовательных неологизмов – 12 единиц. В процентном соотношении эти данные представлены в Приложении 2. Диаграмма 1.

Как известно, к наиболее продуктивным способам образования существительных в русском языке относятся морфологический (словообразовательный) и неморфологический (лексико-семантический способ). Выполненный нами анализ языковых средств стратификации социума в русском языке новейшего периода (с начала 90-х гг.) выявил, что изменение состава номинаций в данной области осуществляется преимущественно с помощью лексико-семантического способа, в рамках которого доминирующая роль принадлежит лексическим и в меньшей степени лексико-семантическим заимствованиям.

В соответствии с принятыми нами теоретическими основами, проставленными в параграфе «Категориально-терминологический аппарат описания заимствованной лексики», пласт заимствований включает в себя не только внешние, но и внутренние заимствования. Основным донором внешних заимствований в рассматриваемой нами области выступает английский язык, транслирующий характерные для него формы стратификации социума и коррелирующие с ними лексические единицы.

Область научных терминов представлена прямыми заимствованиями с интернациональным суффиксом *-ат* (*когнитариат, прекариат, салариат*),

активным образом используемыми в трудах российских социологов. К важнейшим номинациям, используемым как в научном дискурсе, так и в других дискурсивных областях, относится калька с английского языка (*middle class/средний класс*) и полукалька (*creative class/креативный класс*). Данные наименования получили наибольшую частотность употребления в связи с необходимостью их продвижения как языковых мотиваторов становления и развития в России соответствующих референтных групп. Английский язык явился также донором фразеологического сочетания *новые русские/New Russians*, которое было калькировано и приобрело в российской культуре функцию лингвокультурного типажа, относящегося к периоду «первоначального накопления капитала» в России девяностых годов, которые также получили в русской лингвокультуре особое референтное и смысловое наполнение.

Меньшее распространение в системе средств социальной стратификации получили калькированные номинации, относящиеся к области поколенческих страт. Характерной их чертой стало выявленное нами параллельное функционирование переводных калек одновременно с прямым заимствованием (*Generation X/Поколение X (Иксы)*, *Generation Y/Поколение Y (Игреки)* и др.). Наибольшую популярность в различных масс-медиа получило заимствование *зумеры*, относящееся к поколению Z (Зэт) – людям, родившимся в 1997–2012 гг.

Значимость виртуального формата в социальной стратификации общества нашла свое отражение в прямом заимствовании *инфлюенсер* и его различных вариациях (*бьюти-инфлюенсер*, *фитнес-инфлюенсер* и др.), которые функционируют одновременно с калькированным сочетанием *лидер мнений*.

В качестве семантических заимствований можно также рассматривать изменения, произошедшие в значении лексем *звезда (star)*, *знаменитости (celebrities)*, вошедших в активный слой так называемых статусных номинаций. К англосемантизмам, направленным на формирование новых

форм взаимодействия внутри небольших институционализированных объединений, относится заимствованное ранее существительные *команда* и *волонтеры*.

В рамках лексико-семантического способа на собственной языковой почве появились и активизировались в различных дискурсивных областях лексемы *светское общество, тусовка, мажор(ы)*. *Светское общество*, которое можно рассматривать как внутреннее заимствование, получило референцию к гетерогенному слою «селебритис», интегральным признаком которых можно считать их пребывание *светской тусовке*. К области неосемантизмов, возникших на собственной почве, мы также относим существительное *мажор(ы)*, номинирующее страту богатых наследников на основе их специфического поведения. На противоположном векторе социальных страт оказался неосемантизм *нищеврод(ы)*, получивший резко выраженную пейоративную оценку.

Анализ показал, что словообразовательный способ номинаций социальных страт в настоящее время практически утратил свою значимость по сравнению с предыдущими историческими периодами. Если ранее основными способами образования соционимов были субстантивация прилагательных, а несколько позднее – собирательные существительные с суффиксом *-ств(о)*, то в настоящее время эти способы уступили место формам множественного числа соответствующих существительных.

В настоящее время словообразовательная активность на собственной языковой почве сводится к созданию коллоквиальных неологизмов, которые отражают отношение общества к определенным социальным стратам. Это, прежде всего, номинации в рамках локализационного критерия, присваивающие наименования прибывающим в Россию (*понаехи, гастеры и др.*), или тем, кто покинул страну (*уезжанты, покиданцы и др.*). В результате в языке сформировался особый пласт лексики, характеризующийся сниженной стилистикой, ироничностью и пейоративностью.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Выполненное нами исследование подтвердило и уточнило выдвинутую гипотезу о практически полной смене состава соционимической лексики в условиях радикальной трансформации российского государства после распада СССР. Как и предполагалась, экономическая ориентация на рыночную систему хозяйствования с частной собственностью в виде определяющего ее института с неизбежностью должна была способствовать внедрению в состав социальной лексики тех номинативных единиц, которые именуют новые формы организации, объединения, и дифференциации социума. Ориентация на США как государство, достигшее максимальных успехов в развитии своей экономики, обусловила мощный приток англо-американских заимствований, присваивающих номинации только еще зарождающимся в России формам капиталистических (демократических) объединений людей в институциональные или самопроизвольным образом складывающиеся организации. Быстрой англоамериканизации данного пласта лексики способствовала и роль общего медиатизированного пространства, в рамках которого трансляция лексических единиц осуществляется в ускоренном темпе. Другим значимым экстралингвистическим фактором явился рост мобильности населения, связанный с различными экономическими и геополитическими факторами.

Столь значимое изменение условий функционирования государства и общества привело к радикальной трансформации языковых средств социальной стратификации. В связи с этим выделение и теоретическое описание «соционимов» как особой ономастической зоны в рамках социальной лексики имеет особую значимость. Неустойчивость данного термина мы связываем, с одной стороны, с наличием другим смежных терминоединиц, которые в большинстве своем представляют гиперонимические наименования (социальная лексика, общественно-политическая лексика), с другой стороны, с расширением значения термина «оним», которое изначально относилось только к именам собственным. Это

расширенное значение уже кодифицировано в таких распространённых единицах, как профессионализмы, религиозизмы, гендеризмы, конфессионализмы. В рамках данных пластов лексики также произошли значимые изменения, однако, как показало наше исследование, именно соционизмы имеют не только отражательную или идентифицирующую функцию, но и функцию социопроективную.

Наблюдения за внедрением и функционированием в русском языке новейшего периода таких заимствованных единиц, как *средний класс*, *креативный класс*, явным образом опережало реальные темпы возникновения групп людей, которых можно причислить к новым стратам. Их позитивное оценивание различными российскими государственными деятелями как социальных слоев, гарантирующих экономическое процветание общества и его социальную стабильность, способствовало увеличению частотности этих соционимов именно в первый период становления новой социально-экономической системы России. Это подтверждается данными анализа частоты использования данных лексем в различные периоды: после того как их функционирование наполняется реальным референтным составом, частота употребления коррелирующих с ними номинаций уменьшается.

Проведенный нами анализ позволил выявить как релевантность уже устоявшихся в социологии критериев социальной стратификации общества (теории социальной стратификации немецкого социолога Макса Вебера и русско-американского социолога П. Сорокина), так и актуализацию новых параметров, связанных в первую очередь с возникновением ИТ-технологий и переходом многих форм существования человечества в виртуальный формат. Среди них ведущим остается характерный для рыночной структуры экономики финансовый параметр, проводящий границу между богатыми (*миллионеры, долларовые миллионеры, миллиардеры, сверхбогатые, олигархи, новые русские, мажоры, золотая молодежь* и др.) и бедными (*бедные слои населения, малоимущие, малообеспеченные слои населения, нищетолюбивые*). Особое значение приобрели так называемые статусные номинации, которые

также разделяют общество на тех, кто находится на верхней ступени (*элиты, светское общество, звезды, знаменитости, инфлюенсеры, лидеры мнений*) социальной иерархии, и которые находятся внизу и кто, на наш взгляд, не получил какого-либо нейтрального наименования.

Особое значение и популярность приобрели соционимы, дифференцирующие людей на основании поколенческих критериев, тесно переплетенных с технологическими (уровнем ИТ-компетенций). В данной группе (*Поколение X, Поколение Y, Поколение Z, Поколение Альфа*) особенно ощутимо влияние интернет-глобализации, когда целый ряд соционимов отражает статус людей именно в виртуальной действительности (*инфлюенсеры* и их многочисленные разновидности (*аватар-инфлюенсер, CGI-инфлюенсер, бьюти-инфлюенсер, фитнес-инфлюенсер, ЗОЖ-инфлюенсеры*) vs подписчики, фолловеры).

Новую группу соционимов образуют те лексические единицы, которые основаны на локализационном критерии, также проводящем демаркационную линию в рамках оппозиции «свой/чужой». В данной группе, напротив, превалирует собственное национально-культурное видение и осмысливание репрезентативных групп людей, которые либо приезжают в Россию, либо уезжают из нее. Именно в этом пласте лексики чаще всего встречаем социофолизмы, которые представляют собой средство выражения негативного отношения на оси «свой/чужой». Наконец, нами был также выделен дополнительный поведенческий критерий, поскольку в новых номинациях также нашел отражение инновационный характер социального взаимодействия людей, привнесенный из западных социологических практик (заимствование *креативный класс*, англосмеантизм *команда*, или повторное заимствование *волонтеры*).

Собственно лингвистический анализ выявил абсолютное преобладание англо-американских заимствований практически во всех социальных стратах, при этом доминируют кальки (*средний класс, Потерянное поколение, Величайшее поколение, Молчаливое поколение, Поколение трофеев, Поколение*

снежинок, цифровые аборигены, цифровые туземцы, цифровые иммигранты и др.), и реже встречаются прямые (андеркласс, ВВП/VIP, селебрити, стар/суперстар, инфлюенсер, иксы, миллениалы, зумеры, центениалы, хоумлендеры и др.) и семантические заимствования (команда и др.). При этом обращает на себя внимание то, что именно заимствованные единицы относятся к нейтральному, межстилевому уровню, а также формируют новый терминологический аппарат российских социологических наук (когнитариат, прекариат, salariат), в то время как образованные на собственной языковой почве соционимы либо представляют собой внутренние заимствования (актуализация хранящихся в пассивном лексическом запасе средств: светское общество, нищоброды), либо представляют собой разговорные номинации тех социальных групп, которые имеют нейтральное наименование (мигранты/понаехи, гастеры; релоканты/уезжанты, покиданцы и т.п.).

С точки зрения словообразовательных процессов наблюдается влияние деривационных моделей, характерных для языка-донора. В результате практически полностью исчезают существительные собирательной множественности, на смену которым приходят существительные с флексией множественного числа как маркера расчлененной множественности. Такое маркирование обусловлено как влиянием английского языка, так и экстралингвистическими факторами – все более увеличивающейся внутренней дисперсностью и неустойчивостью состава референтных групп. Кроме того, плюрализация существительных, которым раньше была присуща дефектная сингулярная парадигма (например, *элита/элиты*), свидетельствует о прогрессирующей диверсификации даже однородных социальных групп.

Таким образом, изучение языковых средств социальной стратификации в рамках новейшего периода выявило их переориентацию на западные модели дифференциации/интеграции российского общества. Анализ частотности употребления заимствованных соционимов в различные периоды времени на базе данных НКРЯ продемонстрировал корреляцию между высокой употребительностью новых соционимов в период их интродукции в состав

лексики русского языка и ее уменьшением после того, как слово уже адаптировалось и стало общеизвестным. Это в первую очередь касается тех соционимов, которые имели социопроективное значение, например, *средний класс*, *креативный класс* и некоторые другие.

Избранный нами вектор исследования имеет междисциплинарную значимость, поскольку иллюстрирует взаимосвязь и взаимовлияние номинативных средств социальной стратификации и соответствующих им референтных групп. Несмотря на то, что в настоящее время номинации различных групп уже не закрепляются в нормативно-правовых документах, их функционирование в научном, медийном и повседневном пространстве становится важным средством идентификации различных групп.

В связи с вышесказанным, междисциплинарный характер могут иметь и перспективы дальнейшего изучения соционимов: наблюдение за пополнением их состава, за изменениями средств их образования и способов функционирования в различных дискурсивных областях. Явная аксиологизация разговорных соционимов, образованных на собственной языковой почве, может служить источником сведений о характере взаимоотношений между различными социальными стратами и использоваться в социолингвистических исследованиях. Наконец, небезынтересным вектором дальнейшего изучения соционимической проблематики является мониторинг возникновения новых критериев социальной стратификации и анализ коррелирующих с ними номинативных единиц.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Теоретическая литература

1. Авраамова Е.М. Средний класс эпохи Путина // *Общественные науки и современность*. — 2008. — № 1. — С. 28–36.
2. Адясова Л.Е. Концепт Советский Союз и его языковая экспликация в современном российском медиадискурсе: автореферат дис. ... кандидата филологических наук. — Нижний Новгород, 2015. — 22 с.
3. Аксёнова О.В. Исследования постглобализации в России: методы и результаты // *Вестник Института социологии*. — 2024. — Т. 15, № 1. — С. 8–12.
4. Апресян Ю.Д. Избранные труды. В 2 т. Т. 1. Лексическая семантика. Синонимические средства языка. — М.: Наука, 1995. — 472 с.
5. Апресян Ю.Д. Избранные труды. В 2 т. Т. 2. Интегральное описание языка и системная лексикография. — М.: Наука, 1995. — 767 с.
6. Ашин Г.К. Элитология: история, теория, современность. — М.: МГИМО-университет, 2010. — 600 с.
7. Бабанов А.В. Креативный vs творческий: маркеры аксиологической поляризации // *Свое vs чужое в дискурсивных практиках современного русского языка*. — Калининград: Издательство Балтийского федерального университета им. И. Канта, 2019. — С. 225–239.
8. Бабенко Л.Г. Классы слов в аспекте идеографической лексикографии: принципы выделения, формирования состава и описания // *Динамика языковых и культурных процессов в современной России*. — 2016. — № 5. — С. 10–14.
9. Бабенко Н.Г., Лихина Н.Е. Неосемантизация слова нищерброд в современной русской речи // *Научный диалог*. — 2019. — № 11. — С. 23–33.
10. Бакштановский В.И., Согомонов Ю.В. Этос среднего класса: нормативная модель и отечественные реалии. — Тюмень: Центр прикладной этики; НИИ ПЭ ТюмГНГУ, 2000. — 272 с.

11. Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка. — М.: Издательство иностранной литературы, 1955. — 416 с.
12. Баматгиреева М.В. Вербализация понятия «общность/объединение людей» в русской языковой картине мира: автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Ставрополь, 2010. — 28 с.
13. Басик С.Н. Структура ономастического слоя в геокультурном пространстве // Научное обозрение: электрон. журн. — 2018. — № 4. — С. 1–15.
14. Батуренко С.А. Социологическая теория социальной стратификации и трансформационные процессы в современной России // Вестник Московского университета. Серия: Социология и политология. — 2016. — № 3. — С. 92–108.
15. Батуренко С.А. Социальная стратификация в исследованиях У.Л. Уорнера // Вестник Московского университета. Серия: Филология и политология. — 2022. — № 2. — С. 86–98.
16. Бевз Л.В., Тимощук А.С. Мигрантское право и российская идентичность // Аграрное и земельное право. — 2024. — № 12 (240). — С. 34–37.
17. Бекасова Е.Н. Лингвистическое краеведение Оренбуржья. — М.: МАКС Пресс, 2024. — 260 с.
18. Беляев Ю.К. «Офисный планктон» как патология организационной культуры // Управление корпоративной культурой. — 2011. — № 2. — С. 112–119.
19. Беляева Л.А. Социальная стратификация и средний класс в России: 10 лет постсоветского развития. — М.: Academia, 2001. — 183 с.
20. Беляева Л.А. Средний класс в современной России: теоретическая конструкция стала реальностью? // Вестник Института социологии. — 2024. — Т. 15, № 4. — С. 16–33.

21. Бессонова Л.Е. Иноязычные заимствования в политической лексике начала XX века // Политическая лингвистика. — 2014. — № 3 (49). — С. 103–108.
22. Бессуднов А.Р. Социально-профессиональный статус в современной России // Мир России. — 2009. — № 2. — С. 89–115.
23. Благова Н.Г. Русская социально-правовая терминология в диахронии // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. — 2007. — № 6. — С. 8–13.
24. Бондалетов В.Д. Русская ономастика: учебное пособие для студентов педагогических институтов по специальности № 2101 «Русский язык и литература». — М.: Просвещение, 1983. — 224 с.
25. Бородин П.А. Специфика цикла анекдотов о «новом русском» // Человек смеющийся: сб. науч. ст. — М.: Гос. республ. центр русского фольклора, 2008. — С. 332–340.
26. Босхолов С.С. Глобализм и мировой олигархат — главные угрозы международной безопасности и суверенитету национальных государств // Baikal Research Journal. — 2025. — Т. 16, № 1. — С. 1–9.
27. Бреслер М.Г. Специфика российского когнитариата поколения Z // Вестник Удмуртского университета. Социология. Политология. Международные отношения. — 2023. — Т. 7, вып. 2. — С. 141–153.
28. Бубнова И.А. Homo soveticus: специфика социального стереотипа в современном российском обществе (на материале ассоциативного эксперимента) // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. — 2021. — № 2 (844). — С. 85–94.
29. Булгакова М.А. Релоканты XX–XXI вв.: сквозь призму истории и экономики // Теория и практика общественного развития. — 2024. — Т. 25, № 2. — С. 289–312.
30. Булыгина Т.А., Амбарцумян К.Р. К вопросу об истории формирования концепции «новая историческая общность – советский народ»

и ее реализация в 1970-1980-е годы // История: факты и символы. — 2022. — № 3 (32). — С. 52–62.

31. Бурдьё П. Номо academicus: пер. с фр. С.М. Гавриленко, О.М. Журавлева и др.. — М.: Институт Гайдара, 2018. — 464 с.

32. Буренкова С.В. Традиционное и новое в идеографической лексикографии (на примере русских и немецких словарей) // Вестник ТГУ. — 2008. — № 8 (64). — С. 167–174.

33. Вебер М. Основные понятия стратификации // Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. — 805 с.

34. Вертинская О.М. «Лайки и хейты: новые знаки новой реальности» // Свое vs чужое в дискурсивных практиках современного русского языка. — Калининград: Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта, 2019. — С. 96–108.

35. Виноградов В.В. Слово и значение как предмет историко-лексикологического исследования // Вопросы языкознания. — 1995. — № 1. — С. 5–34.

36. Воеводина Г.А. Номинации «лицо по социальному положению» в современном русском языке (на примере производных имен существительных) // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. — 2010. — № 4. — С. 468–470.

37. Волков Ю.Г. Креативность: социальный диагноз современного общества // Научная мысль Кавказа. — 2016. — № 3. — С. 5–14.

38. Воробьев А.А. Военные добровольцы: к вопросу о разграничении понятий «доброволец» и «волонтер» в российском праве // Право в Вооруженных Силах — Военно-правовое обозрение. — 2026. — № 2 (343). — С.39–47.

39. Ганопольский М.Г., Селиванов Ф.А. Понятие общности: основные трансформации и адекватные дефиниции // Известия вузов. Социология. Экономика. Политика. — 2008. — № 2. — С. 11–13.

40. Гасанова Г.А. Усечение как продуктивный способ компрессивного словообразования в современном русском языке // Мир науки, культуры, образования. — 2023. — № 6 (103). — С. 486–488.
41. Гендин Г.В. Социальный лифт и социальные риски // Социальная и кадровая политика. Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. — 2014. — № 6. — С. 9–15.
42. Голомидова М.В. Искусственная номинация в русской ономастике. — Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 1998. — 232 с.
43. Горбов А.А. К вопросу об эволюции числовых парадигм отвлеченных существительных в русском языке XX – начала XXI века: анализ типичного примера // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. — 2013. — № 2. — С. 114–122.
44. Горбов А.А. К вопросу о семантическом калькировании и «вторичном заимствовании» в русском языке рубежа XX–XXI веков // Вопросы языкознания. — 2015. — № 1. — С. 87–101.
45. Горшунов Ю.В. «Светские львицы» конца XX – начала XXI века в рифмованном сленге // Доклады Башкирского университета. — 2022. — Т. 7, № 6. — С. 435–440.
46. Григоренко О.В., Ревякина Т.Л. Внутренние и внешние заимствования в составе современного молодежного жаргона // Известия ВГПУ. — 2016. — № 3 (272). — С. 139–142.
47. Григоренко О.М. Неологизмы тематической группы *nomina collective* в современном русском языке // Известия ВГПУ. — 2017. — № 3 (276). — С. 136–140.
48. Григорьев В.Н. Совершенствование управления социальными системами (социальный лифт для каждого) // Теория и практика управления в современных условиях. Сборник научных трудов по итогам III Международной научно-практической конференции. — 2024. — С. 284–286.

49. Григорьева Т.В., Родионова С.Е. Грамматический статус новейших иноязычных заимствований в русском языке // Вестник Башкирского университета. — 2022. — Т. 27, № 3. — С. 811–816.
50. Григорьян Э.Р. Финансовая олигархия — хуже только чума // Регион и мир. — 2024. С. 117–123.
51. Гудков Л.Д. "Советский человек" в социологии Ю. Левады // Общественные науки и современность. — 2007. — № 6. — С. 16–30.
52. Гулин К.А. К вопросу об изменениях в социальной структуре производственной части российского социума в условиях трансформационного перехода конца XX века // Социальное пространство. — 2023. — Т. 9, № 4. — [Электронный ресурс]. — URL: <http://socialarea-journal.ru/article/29827> (дата обращения: 27.11.2025).
53. Дидух Н.Н. Гастарбайтеры на Дальнем Востоке России: мифы и реальность // Власть и управление на Востоке России. — 2009. — № 1 (46). — С. 132–137.
54. Доброходова О.В. Категоризация социального статуса человека в языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Тамбов, 2012. — 22 с.
55. Дубровская Т.В., Юськаева Э.И. Соционим «уирри» в массмедиа: социокультурные и языковые трансформации // Филологический класс. — 2022. — Т. 27, № 4. — С. 38–53.
56. Дудурич О.В., Шкапенко Т.М. Функционирование лексемы «мажор» в русском языке новейшего периода // Modern Scientist. — 2023. — № 2. — С. 121–125.
57. Дудурич О.В. Особенности семантико-словообразовательного развития лексической единицы «пилот» // Филология и человек: науч. журн. — 2024. — № 1. — С. 142–151.
58. Емелин С.М., Салихова Э.А. Трансформация образа мигранта от «гастарбайтера» до «нарушителя закона» в российском публицистическом дискурсе // Миграционное право: электрон. версия. — 2024. — № 3. — С. 8–10.

59. Ермолович Д.И. Имена собственные на стыке языков и культур: заимствование и передача имен собственных с точки зрения лингвистики и теории перевода. — М.: Р. Валент, 2001. — 200 с.
60. Ерофеева Т.И., Черноусова А.С. Методологические подходы к изучению лексики городской речи // Язык и культура. — 2019. — № 45. — С. 188–204.
61. Жданова Л.А., Ван Ш. Термины теории поколений в современном российском медиадискурсе и в молодежной речи // Мир русского слова. — 2023. — № 3. — С. 30–41.
62. Заварзина Г.А. О соотношении понятий «общественно-политическая лексика» и «лексика государственного управления» // Общественные науки. — 2011. — № 9. — С. 94–100.
63. Заварзина Г.А. Процессы неологизации в лексической подсистеме тематической сферы «государственное управление» в современном русском языке // Язык и культура. — 2014. — № 1 (25). — С. 14–21.
64. Заварзина Г.А. Адъективные инновации лексико-семантической подсистемы «Государственное управление» в русском языке новейшего периода // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. — № 2 (68). — С. 94–96.
65. Заварзина Г.А. Диахроническая модель слова «чиновник» в русском языке: семантические особенности и векторы развития // Русистика. — 2021. — Т. 19, № 2. — С. 155–166.
66. Загоровская О.В., Есмаеел С.А. Об иноязычных заимствованиях в политической лексике русского языка // Вестник ВГУ. Сер.: Лингвистика и межкультурная коммуникация. — 2008. — № 3. — С. 74–82.
67. Заде Л.А. Понятие лингвистической переменной и его применение к принятию приближенных решений. — М.: Мир, 1976. — 165 с.
68. Зализняк А.А. О динамике заимствований в русском языке XX–XXI вв. // Русская речь. — 2020. — № 2. — С. 35–48.

69. Зиновьев А.А. Фактор понимания. — М.: Алгоритм, Эксмо, 2006. — 528 с.
70. Золян С.Т. О динамическом понимании национальной идентичности на примере армянской идентичности // СОТИС — социальные технологии, исследования. — 2017. — № 1 (81). — С. 41–47.
71. Золян С.Т. Соотечественники – семантический портрет по данным Национального корпуса русского языка // Политическая лингвистика. — 2021. — № 2 (86). — С. 166–180.
72. Иванов Д.В. Третья интегративная волна в социологии. Часть 1: актуальность новой повестки // Социологические исследования. — 2024. — № 6. — С. 3–15.
73. Измestьева И.А. Язык СВО в историко-культурном контексте // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология Vestnik of Samara University. History, pedagogics, philology. — 2024. — Т. 30, № 3. — С. 159–166.
74. Иоголевич Н.И. Потребительские предпочтения россиян разных поколений // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. — 2025. — № 2. — С. 21–37.
75. Исхаков Р.Л., Старостин А.Н., Шадрина Н.В. Освещение трудовой миграции в российских средствах массовой информации (образ «гастарбайтера» в ленте информационных агентств) // Научно-методический электронный журнал «Концепт». — 2015. — Т. 13. — С. 331–335.
76. Кагарлицкий Б.Ю. Загадка «креативного класса» // Рабкор.ру. — 2012. — [Электронный ресурс]. — URL:<https://rabkor.ru/columns/editorial-columns/2012/09/09/authored-13868/> (дата обращения: 20.07.2026).
77. Кагарлицкий Б.Ю. Между классом и дискурсом. Левые интеллектуалы на страже капитализма. — М.: Дом Высшей школы экономики, 2017. — 280 с.
78. Карасик В.И. Язык социального статуса. — М.: ИТДГК «Гнозис», 2002. — 333 с.

79. Карасик В.И. Языковое проявление личности. — М.: Гнозис, 2015. — 382 с.
80. Карасик В.И. Ценностные приоритеты в анекдотах о новых русских// Политическая лингвистика. — 2015. — № 3 (53). — С. 17–25.
81. Карасик В.И. «Языковая спираль: ценности, знаки, мотивы». — М.: Гнозис, 2016. — 432 с.
82. Картавенко В.С. Онимы и апеллятивы в пространстве города // Ономастика в Смоленске и Витебске: проблемы и перспективы исследования. — 2019. — № 7. — С. 35–41.
83. Картавенко В.С. Проблемы формирования регионального ономастикона // Восьмые Моисеевские чтения: материалы Международной научной конференции студентов и преподавателей, посвященной памяти кандидата филологических наук, доцента Бориса Александровича Моисеева. — Оренбург: ООО «Издательство „Оренбургская книга“», 2024. — С. 54–59.
84. Катермина В.В. Словообразовательный потенциал неологизмов в англоязычном массмедийном дискурсе: монография. — Краснодар: КубГУ, 2019. — 134 с.
85. Качай И.С. Лингвистические, праксиологические, антропологические и онтологические основания соотношения понятий «творчество» и «креативность» // Философская мысль. — 2016. — № 10. — С. 32–49.
86. Кижеватова В.А. Средний класс как социальная основа воспроизводства качественного трудового потенциала // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. Социология. — 2007. — № 1. — С. 16–22.
87. Ключевский В.О. Сочинения: В 9 т. Т. 6: Специальные курсы. — М.: Мысль, 1989. — 476 с.
88. Ключевский В.О. История сословий в России. — Петроград: Литературно-издательский отдел Комиссариата народного просвещения, 1918. — 299 с.

89. Кобозева И.М. Лингвистическая семантика: учебное пособие. — М.: Эдиториал УРСС, 2000. — 350 с.
90. Кобозева И.М. Две ипостаси содержания речи: «значение» и «смысл» // Язык о языке: сб. статей под общ. рук. и ред. Н. Д. Арутюновой. — М.: Языки русской культуры, 2000. — С. 304–359.
91. Ковалев Г.Ф. Этнонимия славянских языков: номинация и словообразование. — Воронеж: Издательство Воронежского университета, 1991. — 176 с.
92. Козырев В.А., Черняк В.Д. Русская лексикография. — М.: Дрофа, 2004. — 288 с.
93. Колесникова Е.И. Формирование и функционирование лексико-семантического поля «Социальная политика» в русском языке: дис.... канд. филол. наук. — Воронеж, 2025. — 350 с
94. Комарова А.В., Борисенко Л.О. Военнослужащие в системе социальной стратификации российского общества // Специальная техника и технологии транспорта. — 2020. — № 6 (44). — С. 226–235.
95. Комарова Е.В. Образ мигранта в медиадискурсе: традиционные СМИ и новые медиа // Филология и культура. — 2019. — № 4 (58). — С. 41–49.
96. Коробкова О.С. Маркеры языка вражды в номинациях этической принадлежности: социолингвистический аспект // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. — 2009. — № 111. — С. 200–205.
97. Костина Н.Б. Теория социальной общности: традиции и новации // Вестник ВЭГУ. — 2009. — № 4. — С. 29–39.
98. Кошарная Г.Б., Каримова Л.Ф. Уровень и образ жизни бедного населения в региональном социуме // Вестник Института социологии. — 2016. — Т. 7, № 3. — С. 38–56.

99. Красноручкий Л.П. Специфика сетевого поколения в России: социокультурный образ и ценностные ориентации: автореф. дис. ... канд. филос. наук. — Ростов-на-Дону, 2017. — 33 с.
100. Крысин Л.П. Очерки по социолингвистике. — М.: ФЛИНТА, 2021. — 360 с.
101. Кудин О.В. К определению понятия «мигрант» в российском законодательстве // Вестник экономической безопасности. — 2022. — № 2. — С. 108–110.
102. Кузнецов А.В., Славина Е.А. «Звёзды» и «знаменитости»: к проблеме определения понятий в современном медиадискурсе // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2019. — № 3. — С. 45–62.
103. Кустарев А. Социология интеллигенции. Пьер Бурдьё Homo Academicus. Первая глава на русском. — [Электронный ресурс]. — URL:<http://aldonkustbunker.blogspot.com/2015/08/> (дата обращения: 27.06.2025).
104. Кустарев А. Соционимы: креативный класс // Неприкосновенный запас. — 2012. — № 3. — [Электронный ресурс]. — URL: <https://yarcenter.ru/articles/society/prestizhnyy-sotsionim-51952/> (дата обращения: 27.06.2025).
105. Лакофф Дж. Женщины, огонь и опасные вещи. Что категории языка говорят нам о мышлении. — М.: Языки славянской культуры, 2004. — 792 с.
106. Лакофф Д. Метафоры, которыми мы живем: перевод с английского / Д. Лакофф, М. Джонсон; под редакцией и с предисловием А. Н. Баранова. — М.: Едиториал УРСС, 2004. — 256 с.
107. Лаппо М.А. Самоидентификация: семантика, прагматика, языковые ресурсы: монография. Новосибирск: Изд-во НГПУ, 2013. — 180 с.

108. Лебедев Е.А. Образование общественно-политической лексики СМИ западнороссийских регионов // Вестник Полоцкого государственного университета. Сер. А. Гуманитарные науки. — 2023. — № 3. — С. 85–89.
109. Левин З.И. Менталитет диаспоры (Системный и социокультурный анализ). — М.: Издательство Института востоковедения РАН: Крафт+, 2001. — 170 с.
110. Леонтьева Т.В. К вопросу о составе русской «социальной лексики» // Социокультурное пространство России и зарубежья: общество, образование, язык. — 2015. — № 4. — С.125–133.
111. Леонтьева Т.В. Лексика социальной регуляции в русских народных говорах. Монография. Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2013. — 219 с.
112. Леонтьева Т.В., Атлагич С. Инфлюенсер: новое слово и идея горизонтальной влияния в цифровом обществе // Сборник Матице српске за славистику. — 2024. — № 106. — С. 385–398.
113. Липаев А. Что случилось с новыми русскими? // Российское предпринимательство. — 2003. — Т. 4, № 8. — С. 6–9.
114. Лысенко А.И. Концепт «креативность» в российском научно-образовательном дискурсе // International scientific review. — 2016. — № 8 (18). — С. 58–137.
115. Мазанова А.Е. Волонтер медицинского вуза: социально-демографический портрет и особенности участия // Вестник Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского. — 2025. — № 4 (80). — С. 159–170.
116. Мазилев В.А., Власов Н.А., Петровский А.В. и история понятий психологии // Психология. Журнал Высшей школы экономики. — 2024. — Т. 21, № 2. — С. 327–339.
117. Макаров И.О. Политика памяти релокантов в актуальный период // Социология и общество: формирование и функционирование общественной

памяти: сборник докладов VII Всероссийского социологического конгресса. — Москва, 2025. — С. 1306–1324.

118. Макарова А.А., Попова Ю.В. Зооморфная модель в коллективных прозвищах жителей Русского Севера Вопросы ономастики. — 2020. — Т. 17, № 1. — С. 30–46.

119. Малышев А.А. Какими были российские волонтеры XVIII века (исторические корни лексемы волонтер в русском языке) // Современные исследования социальных проблем (СИЛЛ). — 2022. — Вып. 5. — С. 43–60.

120. Мальковская И.А. Знак коммуникации: Дискурсивные матрицы — М.: Изд-во ЛКИ, 2008. — 240 с.

121. Маринова Е.В. Иноязычные слова в русской речи конца XX – начала XXI в. Проблемы освоения и функционирования — М.: ЭЛПИС, 2008. — 495 с.

122. Маркс К. Капитал Т. 1. Изд. 2-е. М.: Государственное издательство политической литературы, 1952. — 530 с.

123. Маркс К. Капитал Т. 2. Изд. 2-е. М.: Государственное издательство политической литературы, 1951. — 794 с.

124. Маркс К. Капитал Т. 3. Изд. 2-е. М.: Государственное издательство политической литературы, 1951. — 932 с.

125. Марьянчик В.А. Стиль медиатекста как реализация взаимодействия автора и адресата // Вестник Московского университета. — 2010. — № 2. — С. 40–49.

126. Матвеев А.К. Ономастика и ономатология: терминологический этюд // Вопросы ономастики. — 2005. — № 2. — С. 5–10.

127. Матвеев А.К. Ономатология. — М.: Наука, 2006. — 292 с.

128. Меркулова И.А. Экспрессивные номинации по социальному признаку в современной русской речи // Социальные варианты языка – XI: Сборник научных статей международной конференции 9–10 апреля 2020 года. — Н. Новгород: НГЛУ, 2021. — С. 27–31.

129. Меркулова И.А. Оскорбительные соционимы в интернет-дискурсе // Лингвистическая экспертиза в трудах Воронежской ассоциации экспертов-лингвистов: монография. Воронежский государственный университет, 2023. — С. 325–332.

130. Мирошниченко А.С. Понятие и категория социального статуса в современной лингвистике // Теория языка и межкультурная коммуникация. — 2019. — № 3 (34). — С. 166–176.

131. Мирошниченко А.С. Социально-статусные номинации лица как ключевые слова текущего момента в русскоязычном дискурсе белорусских СМИ // Дискурс-анализ медиатекстов: от теории к практике. — 2022. — С. 105–110.

132. Михалев А.М. Факторы влияния на поведение потребителей и их учет в разрезе теории поколений // Практический маркетинг. — 2023. — № 9 (315). — С. 3–10.

133. Мицзита Ф. Продуктивные тематические группы перифраз (соционимы, топонимы, культуронимы) русского языка в лингвокультурологическом аспекте (на фоне китайского языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук. — СПб., 2020. — 25 с.

134. Наумова Е.А. Общественно-политические изменения в Японии и их отражение в лексике японского языка // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология. — 2021. — № 10, ч. 2. — С. 268–277.

135. Негматова С.М. Теоретические аспекты исследования общественно-политической лексики: историческая динамика // Вестник Таджикского национального университета. Серия филологических наук. — 2023. — № 9. — С. 134–143.

136. Никитина О.А. Взаимодействие процессов неосемантизма с процессами заимствования в словарном составе (на материале семантических неологизмов немецкого языка новейшего времени в области компьютерных и

информационных технологий) // Вестник Томского государственного университета. — 2009. — № 328. — С. 20–26.

137. Никонов В.А. Этнонимия // Этнонимы: сб. статей. — М.: Наука, 1970. — С. 5–33.

138. Новоженова З.Л. Иноязычные вкрапления как дискурсивное явление: русское слово в чужом тексте // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. — 2012. — № 8. — С. 37–42.

139. Опарина Е.О. Имена собственные // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 6: Языкознание. — 2021. — С. 16–29.

140. Откидычева А.М. Лингвосемантическое описание особенностей обозначения социальных групп в современном немецком языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Пятигорск, 2013. — 28 с.

141. Откидычева А.М. Лингвосемантическое описание особенностей обозначения социальных групп в современном немецком языке: дис. ... канд. филол. наук. — Пятигорск, 2013. — 194 с.

142. Офицера Д.А. Определение социальной структуры в теории социальной стратификации К. Дэвиса // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. — 2017. — № 3 (47). — С. 116–119.

143. Пауль Г. Принципы истории языка. — М., 1960. — 432 с.

144. Пелевин В.О. Generation «П». — М.: Вагриус, 1999. — 302 с.

145. Печкуров И.В. Аксиология престижа и статуса в практиках демонстративного потребления в российской социальной действительности // Гуманитарий Юга России. — 2018. — Т. 7, № 1. — С. 192–200.

146. Петрова О.О. Метафтонимия в современном русском языке // Казанская наука. — 2025. — № 12. — С. 563–565.

147. Пищик В.И. Ментальность поколений в текущей современности: монография. — М.: ИНФРА-М, 2018. — 149 с.

148. Плеханов Е.А. Релоканты как новая социальная реальность // Социокультурная эволюция России и ее регионов: материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. — Вологда, 2025. — С. 114–118.
149. Плунгян В.А. «Время» и «времена»: к вопросу о категории // Логический анализ языка: язык и время. — М.: Индрик, 1997. — 158–169.
150. Подольская Н.В. Урбанонимия центральных областей РСФСР // Топонимия Центральной России (Вопросы географии. Сб. 94). — М.: Мысль, 1974. — С. 123–129.
151. Подосинникова Р.В., Мяснянкина А.А. Явление субстантивации в афоризмах // Теория языка и межкультурная коммуникация. — 2018. — №1 (28). — С.93–101.
152. Подьякова Т.Д. Взаимодействие статусной и оценочной семы // Вестник РУДН, серия Теория языка. Семиотика. Семантика. — 2013. — № 2. — С. 44–51.
153. Покровская М.Е. Системно-функциональный анализ лексических средств номинации в этнонимике (на материале английского языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук. — М., 2009. — 18 с.
154. Полуэктова Т.Д. Реализация семантики статуса в русском языке (на материале номинаций лиц медиаполитического текста): автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Архангельск, 2015. — 24 с.
155. Поляк Т.В., Дудурич О.В. Особенности развития семантики существительного тусовка // Современный ученый. — 2023. — № 6. — С. 53–58.
156. Поляк Т.В. Подписчики vs фолловеры: особенности функционирования в современных дискурсивных практиках // Филологический аспект: международный научно-практический журнал. — 2024. — № 5 (109). — С. 13–19.
157. Поляк Т.В. Фразеологизмы с компонентом цветообозначения как номинации homo socialis // XVIII Международная научно-практическая

конференция «Язык и межкультурная коммуникация»: Труды и материалы. Астрахань, 2023. — С. 301–305.

158. Поляк Т.В. Лингвоаксиологические характеристики понятия элита // Лингвистика и образование. — 2025. — Т. 5, № 3. — С. 87–95.

159. Поляков А.С. Некоторые вопросы терминологического обозначения ненормативных этнонимов // Ученые записки Орловского государственного университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. — 2016. — № 2 (71). — С. 153–157.

160. Понеделков А.В., Старостин А.М., Пляйс Я.А. Современная российская политическая элитология: парадигмальный и инклюзивный ракурсы развития // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. — 2023. — Т. 13, № 4. — С. 6–12.

161. Понкин И.В. Современное светское государство: конструктивная светскость. Конституционно-правовое исследование. — М.: Институт государственно-конфессиональных отношений и права, 2006. — 389 с.

162. Попков В. Феномен этнических диаспор. — М.: Институт социологии РАН, 2003. — 340 с.

163. Попова З.Д., Стернин И.А. Когнитивная лингвистика. — М.: АСТ: «Восток-Запад», 2007. — 315 с.

164. Попова С.Б. Семантика и прагматика успеха в синхрон-диакронической перспективе // Свое vs чужое в дискурсивных практиках современного русского языка. — 2019. — С. 177–191.

165. Протченко И.Ф. Русский язык: проблемы изучения и развития. — М.: Педагогика, 1984. — 222 с.

166. Радаев В.В., Шкаратан О.И. Социальная стратификация: учебное пособие. — М.: Наука, 1995. — 239 с.

167. Разов П.В. Социологический анализ места и роли офицеров ВС РФ в стратификационной системе современного российского общества // Власть. — 2011. — № 9. — С. 78–82.

168. Ребрина Л.Н. Актуальные соционимы в немецкоязычной интернет-коммуникации 2000-2023 годов: семантические дихотомии бедный–богатый, местный–пришлый // Научный диалог. — 2023. — Т. 12, № 3. — С. 171–189.
169. Ребрина Л.Н. Новые соционимы в интернет-коммуникации 2000–2022 гг.: функционально-семантические характеристики // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. — 2023. — Т. 12, № 4. — С. 87–97.
170. Ребрина Л.Н. Прекарная реальность: медийное конструирование // Актуальные вопросы гуманитарных и социальных наук. Материалы III Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. — Чебоксары, 2025. — С. 51–54.
171. Ребрина Л.Н., Чукина Е.С. Актуальные соционимы в интернет-коммуникации Германии: семантическая группа «успешный неуспешный» // International Journal of Advanced Studies in Language and Communication. — 2023. — № 2. — С. 46–61.
172. Ремянникова Д.О. Вкус правит, метафтонимия помогает // Ученые записки Новгородского государственного университета. — 2023. — № 5 (50). — С. 505–511.
173. Рождественская Е.Ю. Интервьюируя элиту и селебрити: сравнительный анализ возможностей и ограничений // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. — 2021. — № 5 (165). — С. 64–91.
174. Рожков Р.С., Молчанова Е.С., Попова Е.А., Лопухов А.А. Этнические диаспоры как угроза национальной безопасности России в условиях гибридной войны // Вестник евразийской науки. — 2025. — Т. 17, № S1 (69). — С. 1–15.
175. Рубцов Д.Г. Влияние этнических диаспор на криминогенную ситуацию в РФ // Охрана и защита прав и законных интересов в современном

праве: сборник статей по результатам III Международной научно-практической конференции. — Симферополь, 2024. — С. 217–224.

176. Рыжов С.А. Образ звезды (знаменитости) в русской лингвокультуре (на материале текстов СМИ): автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Волгоград, 2023. — 24 с.

177. Рытова Т.А. «Поколение» как категория современного литературного процесса // Вестник Томского государственного университета. — 2009. — № 4. — С. 87–98.

178. Сагындыкова Ж.О. Формирование общественно-политических неологизмов в русском языке // Вестник Казахского национального университета. Серия филологическая. — 2011. — № 1 (131). — С. 178–183.

179. Северская О.И., Туркина Е.В. «Общность» и «скрепы» в актуальном медиадискурсе единения // Диалог: политика, право, экономика. — 2024. — № 2 (16). — С. 60–68.

180. Селищев А.М. Язык революционной эпохи: из наблюдений над русским языком (1919–1926). — М.: Едиториал УРСС, 2003. — 248 с.

181. Сергеев С.А. Олигархия: происхождение и эволюция понятия // Вестник Пермского университета. Серия: Политология. — 2019. — № 1. — С. 5–14.

182. Смирнова-Сеславинская М.В., Красухин К.Г. Апеллятив *more* в социальной терминологии цыган: выражение социовозрастного статуса и проблема сложносоставной этимологии // Алгебра родства: Родство. Системы родства. Системы терминов родства. — 2013. — Вып. 14. — С. 44–73.

183. Снегова Е.П. Сложные слова со "сложным" характером: дискуссионный статус номинативных единиц типа "фитнес-клуб" // Acta Linguistica Petropolitana. — 2017. — № 2. — С. 123–142.

184. Сорокин П. Человек. Цивилизация. Общество. — М.: Политиздат, 1992. — 534 с.

185. Сорокин Ю.А. Русский язык и иноязычные влияния в эпоху глобализации // Вопросы языкознания. — 2018. — № 4. — С. 7–15.

186. Сорочайкин А.Н. Теория стратификации Макса Вебера // Основы управления, экономики и права. — 2014. — № 3 (15). — С. 89–95.
187. Спасенников В.В. Социодизайн преемственности поколений: теоретико-экспериментальный подход // Эргодизайн. — 2021 — № 1 (11). — С. 15–26.
188. Суперанская А.В. Общая теория имени собственного. — М.: Наука, 1973. — 367 с.
189. Супрун В.И. Ономастическое поле русского языка и его художественно-эстетический потенциал. — Волгоград: Перемена, 2000. — 171 с.
190. Супрун В.И. Языковая постглобализация: русский язык в новой социокультурной реальности // Русский язык в поликультурном мире: сборник научных статей VIII Международного симпозиума. — Симферополь, 2024. — С. 208–214.
191. Твенге Д.М. Поколение айфона. Кто они? — М.: РИПОЛ классик, 2021. — 406 с.
192. Теплякова А.Б. Метафтонимия в освещении политики и экономики в мультимодальном медийном дискурсе // Когнитивные исследования языка. — 2023. — № 3 (54). — С. 232–236.
193. Титкова А.Д. История развития цифровых технологий в процессе формирования поколений X, Y, Z: влияние на развитие ценностно-смысловых характеристик // Смысл жизни и акме: развитие смысловой сферы и специфика жизненного пути личности: сборник научных трудов. — М.: Московский институт психоанализа, 2025. — С. 339–346.
194. Тихонова Н.Е. Социальная стратификация в современной России: опыт эмпирического анализа. — М.: Институт социологии РАН, 2007. — 320 с.
195. Тихонова Н.Е. Средний класс в фокусе экономического и социологического подходов: границы и внутренняя структура (на примере России) // Мир России. Социология. Этнология. — 2020. — № 4. — С. 34–56.

196. Тихонова Н.Е. Трансформации социальной структуры российского общества: конец 1980-х –конец 2010-х гг. // Социологические исследования. — 2021. — № 8. — С. 22–32.
197. Тоффлер Э. Метаморфозы власти. — М.: АСТ, 1997. — 416 с.
198. Тощенко Ж.Т., Чаптыкова Т.И. Диаспора как объект социологического исследования // Социс. — 1996. — № 12. — С. 33–42.
199. Умов В.И. Российский средний класс: социальная реальность и политический фантом // ПОЛИС. Политические исследования. — 1993. — № 4. — С. 26–40.
200. Упоров И.В. Социосубъекты в парадигме «потребности – ценности» // Общество: философия, история, культура. — 2020. — № 9 (77). — С. 24–30.
201. Усенко Н.М. Новые пейоративные обозначения как маркеры новой реальности // Политическая лингвистика. — 2024. — № 3 (105). — С. 141–147.
202. Уфимцева А.А. Роль лексики в познании человеком действительности и в формировании языковой картины мира // Роль человеческого фактора в языке: язык и картина мира. — М.: Наука, 1988. — С. 108–140.
203. Фельдман М.А. Советская элита 1930-х гг.: проблема идентификации // Дискурс-Пи. — 2021. — Т. 18, № 4. — С. 29–45.
204. Фельдман М.А. Осмысление партийно-хозяйственной элитой СССР итогов первой пятилетки: путь к прозрению не бывает легким // Гуманитарные науки в Сибири. — 2021. — № 3. — С. 76–84.
205. Филимонова А.А., Денисова Е.В. Маркетинговая деятельность организаций с точки зрения различных теорий поколений // Устойчивое развитие регионов в современных условиях модернизации финансово-экономического образования: Сборник научных статей. — Калуга, 2023. — С. 151–154.

206. Харченко М.М. О процессе лексической деархаизации // Неофилология. — 2023. — Т. 9, № 4. — С. 740–748.
207. Хасанов И.И. Социальные лифты как средство социальной динамики общества // Интеграция наук. — 2018. — № 8 (23). — С. 273–274.
208. Хауген Э. Процесс заимствования // Новое в лингвистике. — М.: Прогресс, 1972. — Вып. 6. — С. 344–380.
209. Чабаненко Т.С. Парадигма «собирательных» существительных с суффиксами -ник-, -няк- // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. — 2025. — Том 11 (77), № 3. — С. 192–201.
210. Челпанова Д.Д. Социально-демографический портрет и особенности российских релокантов 2022–2024 годов (опыт пилотного социологического опроса) // Известия Коми научного центра Уральского отделения Российской академии наук. Серия «Историческая демография». — 2024. — № 10 (76). — С. 71–78.
211. Чуньков Ю.И. Классы и классовый подход: без идеологических сантиментов и предметно // Материалы международного форума «Марксизм и рабочий класс». Москва, 27–28 апреля 2013. — [Электронный ресурс]. — URL: <https://sovietpatriot.wordpress.com/2017/04/09/1760/> (дата обращения: 23.07.2025).
212. Шамис Е.М., Никонов Е.Н. Теория Поколений. Необыкновенный Икс. — М.: Университет «Синергия», 2017. — 138 с.
213. Шаммазова, Е.Ю. «Новый русский» как концептуальный персонаж постсоветской России // Вестник Удмуртского университета. — 2014. — №1. — С. 156–159.
214. Шаповаленко Е.В. Прагмасемантические функции препозитивных компонентов иноязычного происхождения в современном русском языке: дис. ... канд. филол. наук. — Калининград, 2023. — 199 с.
215. Шаповаленко Е.В. Словообразовательные модели номинации сословий в русском языке XVII–XIX столетий // Известия Воронежского

государственного педагогического университета. — 2026. — Т. 311, № 2. — С. 237–243.

216. Шерали Х. Как в медиапространстве России появились слова «мигрант» и «гастарбайтер» и почему эти слова вызывают раздражение / Х. Шерали // Национальный акцент. — 2021. — [Электронный ресурс]. — URL: <https://nazaccent.ru/column/226> (дата обращения: 21.02.2026).

217. Шестак Л.А. Неофициальная номинация социума в современном русском языке: семантика, прагматика, динамика // Неология. Неография. — 2024. — 2025. — С.163–172.

218. Шкапенко Т.М., Милявская Н.Б. Понятие англосемантизма в теории заимствований: к постановке проблемы // Universum: Филология и искусствоведение: электрон. научн. журн. — 2017. — № 9 (43). — [Электронный ресурс]. — URL: <http://7universum.com/ru/philology/archive/item/5121> (дата обращения: 15.02.2025).

219. Шкапенко Т.М., Ф. Хюбнер. Русский «тусовочный» как иностранный. — Калининград: ФГУИПП «Янтарный Сказ», 2003. — 200 с.

220. Шкапенко Т.М. К проблеме семиозиса заимствованного знака // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Сер.: Филология, педагогика, психология. — 2016. — № 3. — С. 18–24.

221. Шкапенко Т.М., Зубрицкая Е.В., Макарова П.Ф. Англосемантизм «коллаборация» как конфликтогенный элемент в современном русском языке // Филологические науки в МГИМО. — 2023. — № 1 (34). — С. 94–106.

222. Шкапенко Т.М., Стрельчук Е.Н. Терминодериваты со значением новых социальных страт в англоязычном и русскоязычном социологическом дискурсе. Russian Journal of Linguistics. — 2025. — Т. 29. — № 2. — С. 432–456.

223. Шкаратан О.И. Социально-экономическое неравенство в современном мире и становление новых форм социального расслоения в России // Мир России. — 2018. — № 2. — С. 6–35.

224. Шкуран О.В. Средний класс как крылатая языковая единица в Рунете // V Фирсовские чтения. Современные языки, коммуникация и миграция в условиях глобализации: материалы докладов и сообщений Международной научно-практической конференции. — М.: Российский университет дружбы народов, 2021. — С. 542–550.
225. Шмелев Д.Н. Проблемы семантического анализа лексики. — М.: Наука, 1973. — 278 с.
226. Шмелева Е.Я. «Новый русский» как фольклорный персонаж // Русский язык сегодня. Активные языковые процессы конца XX века: материалы конференции. — Москва, 2003. — С. 565–575.
227. Шмелева Т.В. Омонимические игры в городской среде // Лингвистика креатива-3. — Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2014. — С. 315–332.
228. Шмелева Т.В. Ономастика: учебное пособие. — Славянск-на-Кубани: ИЦ филиала ФГБОУ ВПО «КубГУ» в г. Славянске-на-Кубани, 2013. — 161 с.
229. Шмелева Т.В. Ономастикон российского города. — Саарбрюккен: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2014. — 137 с.
230. Шмелева Т.В. Православный код новгородского ономастикона // Ученые записки Новгородского государственного университета. — 2020. — № 3 (28). — С. 19.
231. Шмелькова В.В. Отражение в лексике русского языка динамики развития русской культуры // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. — 2009. — № 1. — С. 161–167.
232. Шмелькова В.В. Общественно-политическая лексика русского языка в словарях середины и конца XX столетия // Известия ПГПУ им. В. Г. Белинского. — 2010. — № 15 (19). — С. 64–67.
233. Шустова С.В., Зубарева Е.О. Концепт МИГРАНТ в контексте лингвотолерантности (на материале свободного ассоциативного

эксперимента) // Теоретическая и прикладная лингвистика. — 2022. — Вып. 8, № 4. — С.197–204.

234. Щербак А.С. Мышление – ономастический знак – действительность // Когнитивные исследования языка. — 2023. — № 3 (54). — С. 272–276.

235. Щербак А.С. Этнокультурная составляющая ономастической категории // Когнитивные исследования языка. — 2022. — № 2 (49). — С. 855–859.

236. Щербаков М.А. 7 путешествий в структуру сознания: Теория и практика развития личности. — М.: Секачев, 1998. — 288 с.

237. Щербинина З.Н. Образование как социальный лифт и его влияние на социальную стратификацию государства (на примере Китая, Индии, Европы) // Социология. — 2023. — № 6. — С. 257–264.

238. Щетинина А.В. Лексикографирование социальных номинаций (опыт создания идеографического словаря) // Научный диалог. — 2017. — № 11. — С. 214–230.

239. Щетинина А.В. Теоретико-методологические основы идеографирования социальной лексики. Монография. — Екатеринбург: Ажур, 2018. — 180 с.

240. Щетинина А.В. Русские неологизмы с социальной семантикой: особенности выявления и принципы лексикографирования // Научный диалог. — 2024. — Т. 13, № 10. — С. 147–165.

241. Щетинина А.В., Блинова А.Н. Принципы и методы описания социальной лексики в идеографическом словаре // Научный диалог. — 2017. — № 10. — С. 111–127.

242. Эпова А.А., Мищенко Я.П. Социальные и культурные особенности поколений и их влияние на формирование политической культуры // П.О.И.С.К.: политика, обществоведение, искусство, социология, культура. — 2023. — № 3. — С. 48–54.

243. Юдина Т. Н. Социология миграции: учебное пособие для вузов. — М.: Академический Проект, 2006. — 272 с.
244. Якунина В.А. Волонтер «серебряного» возраста: социально-психологические особенности и мотивы деятельности // Вестник Пензенского государственного университета. — 2023. — № 4 (44). — С. 48–52.
245. Ярмаркина Г.М. Номинации лиц по социальному положению в калмыцких деловых письмах XVIII века и их эквиваленты в русских переводах // Монголоведение (Монгол судлал). — 2019. — № 18. — С. 629–639.
246. Яшкова Е.В., Вагин Д.Ю., Червякова Е.А., Анфимова Е.А., Маланова В.В. Поколение Z: проблемы, возможности, перспективы на рынке труда // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. — 2018. — Т. 2, № 7 (33). — С. 256–261.
247. Ambrazas S. The development of nomina collectiva and nomina loci in the Baltic languages // *Linguistica Lithuanian*. 1. 1992. P. 35–48.
248. Bourdieu P. *Homo academicus*: в пер. А. Кустарева. Les Éditions de Minuit. 1984. 302 p.
249. Brooks D. *Bobos in Paradise: The New Upper Class and How They Got There*. — New York: Simon & Schuster, 2000. 288 p.
250. Brown P., Levinson S. *Politeness: Some universals in language*. Cambridge: Cambridge University Press, 1987. 345 p.
251. Davis K. A conceptual analysis of stratification // *American Sociological Review*. Vol. 7. 1942. P. 309–321.
252. Davis K., Moore, W. Some principles of stratification // *American Sociological Review*. Washington, DC: American Sociological Association. Vol. 10, № 2. 1945. P. 242–249.
253. Florida R. *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community, and Everyday Life*. New York: Basic Books, 2002. 404 p.

254. Hemingway E. *The Sun Also Rises*. New York: Scribner's, 1926. 132 p.
255. Howe N., Strauss W. *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. Morrow, 1991. 538 p.
256. Katz E. Lazarsfeld F. *Personal Influence. The Part Played by People in the Flow of Mass Communication*. New York: Free Press, 1955. 400 p.
257. Markowski A. Jawne i ukryte zapożyczenia leksykalne w mediach // *Język w mediach masowych: 3rd Forum Kultury Słowa*. Warszawa: Rada Języka Polskiego, 2000. S. 96–111.
258. Mustonen L. Латинские инкрустации в русской печатной речи новейшего времени // *Studia Slavica Finlandensia*. Tomus XIV. Helsinki, 1997. P. 90–120.
259. Prensky M. *Digital Natives, Digital Immigrants Part 1*. Vol. 9. Iss. 5. 2001. P. 1–6.
260. Rosch E. *Principles of categorization* // *Cognition and categorization*. Ann Arbor, MI: UMI Books on Demand, 1978. P. 27–48.
261. Smith H. *The New Russians*. New York: Random House, 1990. 734 p.
262. Standing G. *The Precariat: The New Dangerous Class*. London: Bloomsbury Academic, 2014. 328 p.
263. Warner W. L. *Yankee City*. New Haven: Yale University Press, 1963. 432 p.
264. Witalisz A. *Anglosemantyzmy w języku polskim*. Kraków, 2007. 342 s.

2. Словари и энциклопедические издания

1. Ахманова О. С. *Словарь лингвистических терминов*. 2-е изд. — М.: Едиториал УРСС, 2004. — 571 с.
2. Бабенко — Бабенко Л. Г. *Большой толковый словарь русских существительных*. — М.: АСТ-Пресс Книга, 2005. — 862 с.

3. Баранов О. С. Идеографический словарь русского языка. — М.: ЭТС, 1995. — 814 с.
4. БАС — Словарь современного русского языка: В 17 т. — М.; Л.: АН СССР, 1950–1965.
5. БРЭ — Большая Российская энциклопедия. В 30 т. М.: Большая Российская энциклопедия, 2008. — 786 с.
6. БСС — Большой толковый социологический словарь. — М.: Вече, АСТ, 1999. — 528 с.
7. БТСРЯ — Кузнецов С. А. Большой толковый словарь русского языка. — [Электронный ресурс]. — URL: <http://gramota.ru/slovari/info/bts/> (дата обращения: 10.11.2025).
8. Варбот Ж. Ж., Журавлев А. Ф. Краткий понятийно-терминологический справочник по этимологии и исторической лексикологии. — М., 1998. — 54 с.
9. ГС — Геологический словарь: в 2-х томах / Х. А. Арсланова, М. Н. Голубчина, А. Д. Искандерова и др.; под ред. К. Н. Паффенгольца. — М.: Недра, 1978. — [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.cnsnb.ru/AKDiL/0042/default.shtm> (дата обращения: 31.07.2025).
10. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка. В 4 т. — М.: Русский язык, 1978 – 1980.
11. Еремина М. А. Идеографический словарь русской социальной лексики: Трудовые отношения. — Екатеринбург: Ажур, 2018. — 232 с.
12. Жеребило Т. В. Словарь лингвистических терминов. — Назрань: Пилигрим, 2010. — 486 с.
13. Жуков А. В., Жукова М. Е. Словарь современной русской фразеологии. — М.: АСТ-Пресс книга, 2016. — 416 с.
14. Комлев Н. Г. Словарь иностранных слов: более 4500 слов и выражений. — М.: Эксмо, 2006. — 669 с.
15. Леонтьева Т. В. Идеографический словарь русской социальной лексики: общество и человек. — Екатеринбург: Ажур, 2018. — 554 с.

16. Лопатин В. В., Улуханов И. С. Словарь словообразовательных аффиксов современного русского языка. — М.: Издательский центр «Азбуковник», 2016. — 812 с.
17. ЛЭ — Литературная энциклопедия терминов и понятий / гл. ред. и сост. А. Н. Николюкин. — М.: Интелвак, 2001. — 1596 с.
18. МАС — Евгеньева А. П. Словарь русского языка. В 4 т. Т. 4. 4-е изд., стер. — М.: Русский язык, Полиграфресурсы, 1999. — 800 с.
19. Морковкин В. В. Большой универсальный словарь русского языка. — М.: Словари XXI века, 2017. — 1456 с.
20. МСДЯ — Срезневский И. И. Материалы для Словаря древнерусского языка: в 3 т. — М.: Знак, 2003.
21. Мюллер В. К. Англо-русский словарь: 53000 слов. — М.: Русс.яз., 1978. — 887 с.
22. НСЗ 90-1 — Новые слова и значения: словарь-справочник по материалам прессы и литературы 90-х годов XX века: в 3 т. / [сост. Т. Н. Буцева, Е. Н. Геккина, Ю. Ф. Денисенко, О. М. Карева, А. Ю. Кожевников, Н. А. Козулина, Е. А. Левашов, С. Д. Левина, Ю. С. Ридецкая, Е. П. Снегова, Н. Г. Стулова, Е. Н. Шагалова]; под ред. Т. Н. Буцевой (отв. ред.) и Е. А. Левашова; Ин-т лингвистических исследований РАН. — Т. 1: А — К. — СПб.: Дмитрий Буланин, 2014. — 816 с.
23. НСЗ 90-2 — Новые слова и значения: словарь-справочник по материалам прессы и литературы 90-х годов XX века: в 3 т. / [сост. Т. Н. Буцева, Е. Н. Геккина, Ю. Ф. Денисенко, О. М. Карева, А. Ю. Кожевников, Н. А. Козулина, Е. А. Левашов, С. Д. Левина, Ю. С. Ридецкая, Е. П. Снегова, Н. Г. Стулова, Е. Н. Шагалова]; под ред. Т. Н. Буцевой (отв. ред.) и Е. А. Левашова; Ин-т лингвистических исследований РАН. — Т. 2: Клиент-банк — Паркетный. — СПб.: Дмитрий Буланин, 2014. — 1392 с.
24. НСЗ 90-3 — Новые слова и значения: словарь-справочник по материалам прессы и литературы 90-х годов XX века: в 3 т. / [Т. Н. Буцева, Е. Н. Геккина, Ю. Ф. Денисенко, О. М. Карева, А. Ю. Кожевников, Н. А.

Козулина, Е. А. Левашов, С. Д. Левина, Ю. С. Ридецкая, Е. П. Снегова, Н. Г. Стулова, Е. Н. Шагалова]; под ред. Т. Н. Буцевой (отв. ред.) и Е. А. Левашова; Ин-т лингвистических исследований РАН. — Т. 3: Паркомат — Я. — СПб.: Дмитрий Буланин, 2014. — 1360 с.

25. НСРЯ — Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. — М.: Русский язык, 2000. — [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.efremova.info/> (дата обращения: 10.08.2024).

26. НФС — Грицанов А. А. Новейший философский словарь. — М.: АСТ, Вече, 1999. — [Электронный ресурс]. — URL: <https://rus-new-philosophy.slovaronline.com/> (дата обращения: 31.07.2025).

27. Ожегов, Шведова 2006 — Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений. — М.: ООО «А ТЕМП», 2006. — 944 с.

28. Ожегов, Шведова 1999 — Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. 4-е изд. — М., 1999. — 944 с.

29. Подольская Н. В. Словарь ономастической терминологии — М.: Наука, 1978. — 199 с.

30. ПЦС — Полный церковнославянский словарь: (со внесением в него важнейших древнерус. слов и выражений): [ок. 30 000 слов]: пособие / сост. свящ. Григорий Дьяченко. — [Репр. воспр. изд. 1900 г.]. — М.: Отчий дом, 2004. — 1120 с.

31. СЕиВ — Леонтьева Т. В., Щетинина А. В. Словарь актуальной лексики единения и вражды в русском языке начала XXI века = Contemporary Russian lexis of unity and animosity: dictionary of the early 21st century. — Екатеринбург: Издательский дом «Ажур», 2021. — 424 с.

32. Семенов А. В. Этимологический словарь русского языка. Русский язык: от А до Я. — М.: ЮНБЕС, 2003. — 702 с.

33. СКСиВ — Серов В. Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений. — М.: Локид-Пресс, 2003. — [Электронный ресурс]. — URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_wingwords (дата обращения 14.02.2026).

34. СлРЯ XI–XVII вв. — Словарь русского языка XI–XVII вв. / Институт русского языка им. В.В. Виноградова РАН. М.: Наука – Азбуковник, 1975–М.; СПб: Нестор-История, 2015. Вып. 1–30.
35. СНСиВ — Асланова Л. А. Толковый словарь новейших слов и выражений русского языка. — М.: Дом славянской книги, 2010. — 990 с.
36. СП — Мардахаев Л. В. Социальная педагогика: словарь. — Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2021. — 452 с.
37. СПО — Вишнякова С. М. Профессиональное образование: словарь: ключевые понятия, актуальная лексика. — М.: Новь, 1999. — 535 с.
38. СПП — Головин С. Ю. Словарь практического психолога. — М.: АСТ, Харвест, 1998. — 800 с.
39. СРФН — Словарь русских фразеологических неологизмов (конец 80-х гг. XX в. – 2000–2020 гг. XXI в.) / сост.: Е. В. Генералова, В. М. Мокиенко. — С.-Петербург, 2022. — 2261 с.
40. СС — Аберкромби Н., Хилл С., Тернер Б. С. Социологический словарь. — М.: Экономика, 2004. — 415 с.
41. СЭ — Социология: Энциклопедия / сост.: А. А. Грицанов, В. Л. Абушенко, Г. М. Евелькин, Г. Н. Соколова, О. В. Терещенко. — Минск: Книжный дом, 2003. — 1312 с.
42. ТСБ — Терминологический словарь библиотекаря по социально-экономической тематике. — С.-Петербург: Российская национальная библиотека, 2011. — [Электронный ресурс]. — URL: <https://economics.niv.ru/doc/dictionary/librarian-economics/index-208.htm> (дата обращения: 31.07.2025).
43. Ушаков — Толковый словарь русского языка / под ред. Д. Н. Ушакова. — М., 2000. — 848 с.
44. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка: в 4-х т.: Пер. с нем. — 4-е изд., стереотип. — М.: Астрель — АСТ, 2007. — [Электронный ресурс]. — URL: <https://lexicography.online/etymology/vasmer/> (дата обращения: 07.12.2024).

45. ФС — Федоров А. И. Фразеологический словарь русского литературного языка. — М.: Астрель, 2008. — 878 с.
46. ФЭС — Философский энциклопедический словарь. — М.: Советская энциклопедия, 1983. — 840 с.
47. Шведова 2000 — Шведова Н. Ю. Русский семантический словарь. Толковый словарь, систематизированный по классам слов и значений. Имена существительные с конкретным значением. Все создаваемое руками и умом человека. — М., 2000. — Т. 2. — 672 с.
48. Шведова 2023 — Шведова Н. Ю. Русский семантический словарь. Толковый словарь, систематизированный по классам слов и значений. Имена существительные с абстрактным значением. Бытие. Материя, пространство, время. Связи, отношения, зависимости. Духовный мир. Состояние природы, человека. Общество. — М., 2003. — Т. 3. — 720 с.
49. Шведова 1998 — Шведова Н. Ю. Русский семантический словарь: толковый словарь, систематизированный по классам слов и значений. — М.: Азбуковник, 1998. — Т. 1. — 800 с.
50. Шведова 2011 — Шведова Н. Ю. Русский идеографический словарь: Мир человека и человек в окружающем его мире (80 концептов, относящихся к духовной, ментальной и материальной сферам жизни человека). РАН, Ин-т рус. яз. им. В.В. Виноградова. — М., 2011. — 1032 с.
51. Щетинина А. В. Идеографический словарь русской социальной лексики: государство, власть, внутренняя политика. — Екатеринбург: Ажур, 2018. — 768 с.
52. CD — Cambridge Dictionary. — [Электронный ресурс]. — URL: <https://dictionary.cambridge.org> (дата обращения: 18.11.2025).
53. MWD — Merriam Webster Dictionary. — [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.merriam-webster.com> (дата обращения: 07.12.2025).
54. OD — English Oxford Living Dictionaries. — [Электронный ресурс]. — URL: <https://en.oxforddictionaries.com> (дата обращения: 10.12.2025).

3. Источники

НКРЯ — Национальный корпус русского языка. — [Электронный ресурс]. — URL: <https://ruscorpora.ru/new> (дата обращения: 11.01.2024).

Российская Федерация. Законы. О благотворительной деятельности и добровольчестве (волонтерстве): Федеральный закон от 11.08.1995 № 135-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. — 1995. — № 33. — Ст. 3340.

Указ Президента РФ от 31 октября 2018 года №622 «О Концепции государственной миграционной политики Российской Федерации на период 2019–2025 годов» // Собрание законодательства Российской Федерации. — 2018. — № 44. — Ст. 6914.

Мировой миграционный отчет 2020 (World Migration Report) — [Электронный ресурс]. — URL: https://publications.iom.int/system/files/pdf/wmr_2020.pdf (дата обращения: 11.01.2025).

Федеральный закон «О правовом положении иностранных граждан в Российской Федерации» от 25 июля 2002 г. № 115-ФЗ // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».

Neolex — Информационно поисковый лексикографический ресурс «Новое в русской лексике. Словарные материалы» Института лингвистических исследований РАН — [Электронный ресурс]. — URL: <https://neolex.iling.spb.ru> (дата обращения: 11.01.2024).

Wiki — Викисловарь. — [Электронный ресурс]. — URL: <https://ru.wiktionary.org/wiki/> (дата обращения: 07.02.2024).

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Таблица № 1. Соционимы, основанные на критерии экономической дифференциации

Формальные номинации	Неформальные номинации
Средний класс Бизнес, бизнес-круги, бизнес-сообщество Олигархи, олигархат	– «— «←
Миллионеры, мультимиллионеры, миллиардеры Богатые / сверхбогатые	Новые русские (соц. историзм) Малиновые пиджаки (соц. историзм)
– «— «←	Мажор/-ы Золотая молодёжь
Бедные, предбедные (терминолог.) малоимущие, малообеспеченные (слои населения)	Нищebroды

Таблица № 2. Соционимы, основанные на критерии статусной дифференциации

Формальные номинации	Неформальные номинации
Элита, российская элита, экономическая элита (финансовая элита), местные элиты, региональные элиты, интеллектуальная элита, бизнес-элита, киберэлита, твиттер-элита, тик-ток-элита, интернет-элита	– «— «←
ВИП/VIP, вип-персона	Випы
Светское общество Инфлюенсеры (аватар-инфлюенсер, CGI-инфлюенсер, инфлюенсер-маркетинг, бьюти-инфлюенсер, фитнес-инфлюенсер, ЗОЖ-инфлюенсеры, педагог-инфлюенсер, дети-инфлюенсеры, подростки-инфлюенсеры, блогер-инфлюенсер, fashion-инфлюенсер)	Светская тусовка Звезды, знаменитости Селебрити
Лидер мнений	ЛОМ

Таблица № 3. Соционимы, основанные на локализационном критерии

Формальные номинации	Неформальные номинации
Мигранты (трудовые, этнические, учебные) Иммигранты Диаспора, этнические диаспоры	Нелегалы Гастарбайтер/ы; гастеры, гастрики Понаехи
Релоканты	Поухавшие/унаехи Уезжанты/отъезжанты Покиданцы Сентябрята Самокатчики Философский самокат/Философский самолет

Таблица № 4. Соционимы, основанные на поведенческом критерии

Формальные номинации	Неформальные номинации
Креативный класс Волонтеры Добровольцы (уст.)	Креакл, креаклиат, (люмпен-креаклиат), креаклитарий
Команда	Тим (окказ.), команда мечты (тим дрим)

Таблица № 5. Соционимы, основанные на поколенческом критерии

Критерий номинаций	Номинации поколений в русском языке	Исходная номинация (англ.)
Возраст/Уровень интернет-компетенций	Бумеры (1946-1964 гг.)	Baby boomers (У. Штраус, Н. Хай)
	Поколение X (1965-1980 гг.)	Generation X (У. Штраус, Н. Хай)
	Иксы	– «— «—
	Поколение Y (1981-1996 гг.)	Generation Y (У. Штраус, Н. Хай)
	Игреки	– «— «—
	Эхо-бумеры (окказ.)	Echo boomers
	Поколение бумеранга (окказ.)	Boomerang Generation
	Поколение трофеев (окказ.)	Trophy Generation
	Миллениалы	Millennials
	Поколение Питера Пена (окказ.)	Peter Pan generation
	Поколение Next	Next Generation

	Поколение большого пальца (окказ.) Поколение селфи Кидалт	Thumb Generation; Selfie Generation Kidult
	Поколение Z (1997-2010 гг.) Зумеры Центениалы Хоумлендеры Постмиллениалы Поколение гаджетов (окказ.) Поколение интернета Сетевое поколение Гугл-поколение Цифровые аборигены (туземцы) Цифровые иммигранты	Generation Z (У. Штраус, Н. Хай) Zoomers Centennials Homelanders Post-millennial Generation – «– «– Internet Generation Net Generation Google Generation Digital Natives Digital Immigrants (М. Пренски)
	Поколение Альфа Поколение Бета Дети айпадов (окказ.) Скринейджеры (окказ.)	Generation α Generation β (М. М. Криндл) iPad Kids Screenagers
Возрастной	Серебряное поколение Поколение ЕГЭ (окказ.)	The Silver Generation – «— «–
Поведенческий	Поколение сельдерейного фреша (окказ.)	– «— «–
Социально-исторический	Поколение Путина (окказ.) Поколение героев	– «— «– – «— «–

Диаграмма № 1. Процентное распределение соционимов по способу их образования в русском языке новейшего периода

