

Политическая лингвистика. 2026. № 4 (118).
 Political Linguistics. 2026. No 4 (118).

УДК 811.161.1'42+811.161.1'38+336.74
 ББК Ш141.12-51+Ш141.12-55+У262.6

ГРНТИ 16.21.27, 16.21.33, 16.21.51

Код ВАК 5.9.5

Ирина Валерьевна Канель

Московский государственный психолого-педагогический университет, Москва, Россия, qwarra@gmail.com, SPIN-код: 9235-7964

Лингвопрагматика субстандартных названий денег в российском медиадискурсе: оппозиция «свой — чужие»

АННОТАЦИЯ. Статья посвящена исследованию лингвопрагматических механизмов реализации фундаментальной социокультурной оппозиции «свой — чужие» в современном российском медиадискурсе. Актуальность работы обусловлена трансформацией медиасреды и ростом значимости пользовательского контента, где оценка экономических процессов все чаще формулируется через экспрессивные и субстандартные языковые средства. Цель исследования заключается в выявлении и описании языковых стратегий, используемых для маркирования границ между «своим» и «чужим» экономическим пространством при репрезентации единиц коммуникативного ряда «деньги». Методология работы базируется на комплексном подходе, сочетающем дискурс-анализ, лингвопрагматический анализ и когнитивное моделирование метафор. Эмпирическую базу составили материалы Национального корпуса русского языка (подкорпус «Социальные сети»), включающие живые контексты употребления номинаций денег в цифровой среде. Научная новизна и результаты работы состоят в доказательстве того, что субстандартные номинации (сленговые единицы «бабки», «бабло», «лавэ» и diminutives «денежки») выступают ключевыми инструментами прагматической разметки пространства. Установлено, что использование этих единиц в сочетании с местоименными и синтаксическими средствами формирует устойчивые паттерны солидаризации с «простыми людьми» («своим») и отчуждения от институциональных акторов («чужие»). Выявлены модели концептуализации денег как инструмента насилия («стричь бабки») и механизмы защиты частной автономии. Теоретическая ценность исследования заключается в расширении представлений о функционировании концептуальных оппозиций в медиадискурсе и роли сниженной лексики в формировании социальной идентичности. Практическая значимость итогов работы позволяет использовать полученные данные в курсах лингвокультурологии и медиалингвистики, а также в деятельности специалистов по стратегическим коммуникациям и социологии.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: журналистика, медиалингвистика, СМИ, средства массовой информации, медиадискурс, медиатексты, язык СМИ, языковые средства, российские СМИ, экономический дискурс, лингвопрагматические механизмы, «свой — чужой», субстандартная лексика, коммуникативный ряд «деньги», цифровые медиа, лингвопрагматика, субстандартные названия денег.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ: Канель Ирина Валерьевна, независимый исследователь, специалист по учебно-методической работе кафедры «Лингводидактика и межкультурная коммуникация», Московский государственный психолого-педагогический университет, г. Москва, Россия, email: qwarra@gmail.com.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Канель, И. В. Лингвопрагматика субстандартных названий денег в российском медиадискурсе: оппозиция «свой — чужие» / И. В. Канель. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2026. — № 4 (118). — С. 211-218.

Irina V. Kanel'

Moscow State University of Psychology and Education, Moscow, Russia, qwarra@gmail.com, SPIN code: 9235-7964

Linguopragmatics of Substandard Money Names in Russian Media Discourse: The “Own – Alien” Opposition

ABSTRACT. The article explores linguopragmatic mechanisms of realization of the fundamental socio-cultural opposition “Own – Alien” in contemporary Russian media discourse. The relevance of the study can be attributed to the transformation of the media landscape and the rising importance of user-generated content, where economic evaluations are increasingly expressed through emotive and substandard linguistic means. The research aims to identify and describe the linguistic strategies used to demarcate the boundaries between “one's own” and “alien” economic spaces in the representation of the units of communicative series “money”. The methodology is based on an integrated approach combining discourse analysis, linguopragmatic analysis, and cognitive metaphor modeling. The empirical data are drawn from the Russian National Corpus (Social Media subcorpus), featuring authentic contexts of money-related nominations in the digital environment. The scientific novelty and the results of the study demonstrate that substandard nominations (slang vocabulary units like “babki”, “bablo”, “lave” and diminutives like “denezhki”) serve as key tools of pragmatic spatial demarcation. It has been found that the use of these units, in combination with pronominal and syntactic means, forms stable patterns of solidarization with “ordinary people” (“Own”) and alienation from institutional actors (“Alien”). The study has revealed the models of conceptualizing money as an instrument of coercion (“strich' babki”) and the mechanisms for protecting private autonomy. The theoretical value of the research lies in expanding the understanding of the functioning of conceptual oppositions in media discourse and the role of substandard vocabulary in social identity formation. The practical results of the study can be used in the courses of linguoculturology and media linguistics, as well as in the work of the specialists in strategic communication and sociology.

KEYWORDS: *journalism, media linguistics, mass media, media discourse, media texts, mass media language, linguistic means, Russian media, economic discourse, linguopragmatic mechanisms, "Own – Alien", substandard vocabulary, communicative series "money", digital media, linguopragmatics, substandard money names.*

AUTHOR'S INFORMATION: *Kanel' Irina Valer'evna, Independent Researcher, Teaching and Learning Specialist of Department of Linguodidactics and Intercultural Communication, Moscow State University of Psychology and Education, Moscow, Russia.*

FOR CITATION: *Kanel' I. V. (2026). Linguopragmatics of Substandard Money Names in Russian Media Discourse: The "Own – Alien" Opposition. In Political Linguistics. No 4 (118), pp. 211-218. (In Russ.).*

ВВЕДЕНИЕ

Оппозиция «свои — чужие» является одной из фундаментальных категорий, структурирующих человеческое восприятие мира и социальное взаимодействие, «элементарной ячейкой структуры мышления и культуры», как и любая другая бинарная оппозиция [Сергеев 2025: 228]. Э. А. Китанина вслед за Ю. С. Степановым отмечает, что «противопоставление „своих“ и „чужих“ в разных видах пронизывает всю культуру и является одним из главных концептов всякого коллективного, массового, народного, национального мироощущения» [Степанов 1997: 472; цит. по: Китанина 2021: 197].

В экономическом дискурсе эта дихотомия приобретает особую прагматическую нагрузку, становясь инструментом оценки справедливости распределения ресурсов и легитимности экономических акторов, поскольку ряд ученых считает оппозицию «свои — чужие» аксиологической категорией [Карамова 2025: 23; Митякина 2022: 158].

Исследование того, как лингвистический выбор номинаций единиц коммуникативного ряда «деньги» маркирует границы этой оппозиции, необходимо для понимания механизмов формирования общественного мнения. «Специфика политического дискурса и борьбы за власть, — замечает А. А. Мурадян, — заключается в формировании в умах аудитории светлого позитивного образа „Мы“, который должен ассоциативно противопоставляться негативному „Они“» [Мурадян 2016: 70]. Мы согласны с данным утверждением и полагаем, что его можно применить и к экономическому дискурсу, поскольку связь политики и экономики неоспорима и неразрывна [Мурадян 2020: 100; цит. по: Канель 2024: 270].

На теоретическом уровне концептуальная оппозиция «свои — чужие» соотносится с фундаментальными для гуманитарного знания представлениями о «мы-группе» и «они-группе» в социологии и социальной психологии, об индивидуальной и коллективной идентичности [Андриевская 2025]. М. М. Бахтин отмечал, что в ходе взаимодействия с другой культурной системой обнаруживаются сущностные характеристики культуры [Бахтин 1986; Сергиенко, Глушак

2025: 32]. Это можно проследить на примере образной метафорической диады «время — деньги»: А. П. Василенко и А. В. Елисеева сравнивают прагматизм западной культуры, где считается естественным тождество времени и денег, с национально-культурной русской идеей, где вечное доминирует над материальным [Василенко, Елисеева 2023: 74].

Также данная оппозиция связана с разработанной в рамках когнитивной лингвистики проблематикой концептуальных оппозиций и фреймов. Для медиадискурса оппозиция «свои — чужие» приобретает особое значение, поскольку именно медиа становятся ключевым пространством символического распределения ролей, статусов и ресурсов, в котором экономические отношения постоянно переосмысляются через призму «наших» и «чужих» интересов.

В позднесоветском дискурсе оппозиция «свои — чужие» носила выраженный идеологический характер. «Свои» деньги — это инструмент коллективного созидания; они заработаны честным трудом и направлены на благо общества. «Чужие» деньги в советской прессе (например, в названиях рубрик газеты «Аргументы и факты» 1980–1990-х гг. — «Америка без грима. Деньги, деньги...» (1984); «Лицо „свободного“ мира...» (1984); «Два мира — два образа жизни. Разные мерки демократии» (1983); «Золоченая рамка фальшивой картины» (1983); «Капитализм против человека» (1984); «Капитализм без прикрас» (1983) и т. д.) наделялись преимущественно негативными коннотациями. Деньги в этом контексте выступали как символ «негативных сторон капитализма», чуждых советскому человеку ценностей. Таким образом, лингвистическая граница между «нами» (созидателями) и «ими» (эксплуататорами) проводилась через прагматику использования денежных средств. То же самое относилось и к рекламному дискурсу времен СССР. Одной (можно даже сказать, что наиболее важной) из целей рекламы в советскую эпоху являлось воспитание людей в духе коммунистической морали; рекламируемый продукт следовало описывать таким, какой он есть, со всеми достоинствами и недостатками, без прикрас и домыслов [Брусенская, Куликова 2020: 339].

Переход к постсоветскому и особенно цифровому медиaprостранству изменил конфигурацию оппозиции «свои — чужие». Коммерциализация медиа, рост недоверия к институциональным акторам, развитие пользовательского контента и социальных сетей привели к тому, что оценка экономической реальности все чаще формулируется «снизу», от лица «простых людей». При этом для маркирования новой оппозиции «мы — они» используются субстандартные (сниженные) номинации денег и экспрессивные высказывания, задающие иную, нередко конфликтную прагматическую рамку обсуждения экономических процессов, выполняющие *депрециативную* функцию — т. е. противостояние официальному языку бюрократического аппарата [Хакимова 2012: 89]. Также бинарные оппозиции в субстандартном языке делают речь выразительной и эмоциональной, отмечает А. В. Белоусова [Белоусова 2024: 9], а сами субстандартные единицы (в частности, общий сленг) становятся потенциальным источником пополнения словарного запаса общелитературного русского языка [Хвесько, Мистерских 2012: 153].

Цель нашего исследования заключается в том, чтобы выявить и описать лингвопрагматические механизмы реализации оппозиции «свои — чужие» в современном российском экономическом медиадискурсе с использованием субстандартной лексики при репрезентации единиц коммуникативного ряда «деньги».

Рабочая гипотеза исследования состоит в том, что именно субстандартные и экспрессивные номинации денег, сочетающиеся с местоименными и оценочными средствами, образуют устойчивые дискурсивные паттерны, которые одновременно: 1) маркируют принадлежность к «своему» или «чужому» экономическому пространству; 2) задают интерпретационную рамку легитимности/нелегитимности распределения ресурсов; 3) усиливают эффект солидаризации или дистанцирования между участниками экономического взаимодействия.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- а) Определить лексические маркеры, объективирующие границы между «своим» и «чужим» экономическим пространством;
- б) Проанализировать морфологические и оценочные средства, структурирующие оппозицию «мы/я — они»;
- в) описать роль субстандартной лексики в формировании языковых стратегий солидаризации («свои») и отчуждения от институциональных акторов («чужие»).

Эмпирическую базу составили медиатексты из Национального корпуса русского языка (подкорпус «Социальные сети»). Общий объем выборки включает фрагменты медиатекстов, содержащие прямые и косвенные номинации денег.

В работе использован комплексный лингвистический подход, включающий методы дискурс-анализа, лингвопрагматического анализа, метод когнитивного моделирования метафор, а также элементы контекстуального и семантического анализа. Изучение метафорических моделей позволяет увидеть деньги не только как объект, но и как гибридный феномен, совмещающий в себе характеристики ресурса и активного катализатора социальных перемен [Канель 2025а: 196–197]. Метафоры также являются наиболее эффективным тропом в маркетинговых коммуникациях, «выступая значимым аргументом в пользу продвигаемого продукта» [Скнарев 2023: 21].

Результаты исследования могут быть использованы в курсах по лингвокультурологии, медиалингвистике и когнитивной лингвистике. Также выводы работы окажутся полезными специалистам в области стратегических коммуникаций, имиджмейкинга и социологии массовых коммуникаций.

ОБСУЖДЕНИЕ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Анализ эмпирического материала показал, что в современном российском экономическом медиадискурсе концептуальная оппозиция «свои — чужие» реализуется через специфические языковые стратегии, которые не только маркируют социальную принадлежность субъекта, но и меняют прагматику высказывания. По мнению Ф. Г. Самигулиной, задача любого сообщения (*особенно публицистического* — И. К.) выходит за рамки простой передачи какого-либо содержания, его иная цель — воздействовать на сознание и эмоции адресата [Самигулина 2010: 56]; также сейчас активно задействуется *инфлюационная* функция журналистики (от англ. *influence* — влияние) [Поршнев 1971; Колесникова, Шульгина 2022: 410]. В современных цифровых медиа это воздействие усиливается за счет того, что деньги в высказываниях могут функционировать то как инициатор, то как объект действия, что уже было показано в работе, посвященной агенсной и пациенсной роли единиц лексико-семантической группы «деньги» в медиадискурсе [Канель 2025б].

В совокупности упомянутые нами языковые стратегии формируют сложную картину распределения «символического капитала» между участниками экономического взаимо-

действия. «Своими» в медиадискурсе чаще всего оказываются «простые люди», «налогоплательщики», «народ» — лексема, имеющая в современном медиадискурсе исключительно положительную оценочную коннотацию, как отмечает С. Г. Воркачев [Воркачев 2014: 84], — «горожане», отдельный «я-субъект», тогда как «чужими» — абстрактные «они» (власть, элиты, корпорации, силовые структуры, «иностранцы» и др.), контролирующие доступ к ресурсам. Однако границы между «своими» и «чужими» подвижны: в отдельных контекстах «своими» могут становиться и представители институциональных акторов (например, «наш мэр», «наш губернатор»), если они позиционируются как защитники интересов «простых людей», поскольку главная особенность оппозиции «свои — чужие» заключается в том, что «свои» описываются положительно, а «чужие» — отрицательно [Чекмез 2016: 2043; Чанышева 2016: 97].

Субстандартная номинация и распределение ролей в экономическом взаимодействии

В постах из LiveJournal, VK и т. д. просматривается тенденция к интерпретации денег как ресурса, находящегося под контролем «чужих» институциональных акторов (государства, элит, корпораций), при том что «свои» представлены как лишенные агентности «простые люди», налогоплательщики, потребители. Рассмотрим пример: *«главное денежки на счет кому надо пришли и все кулуарно без нас опять порешали „уважаемые люди“»* (Мой и твой Воронеж: официальное городское сообщество, 2020). Диминутив «денежки» в сочетании с безличной конструкцией «кому надо» создает эффект отчуждения: формально речь идет о государственных или бюджетных средствах, но на уровне прагматики они трактуются как выведенные из поля «наших» общих ресурсов и перераспределяемые в пользу некоего неопределенного, но явно «чужого» круга «уважаемых людей». Риторическое «без нас» закрепляет субъектную асимметрию: «мы» как лишенная влияния масса и «они» как скрытый центр принятия решений.

Аналогичная модель наблюдается в высказывании: *«То есть опять бабки из бюджета будут утекать на муйню»* (Rozetked Discuss, 2022). Здесь лексема «бабки», с одной стороны, деформализует речь и снижает статус обсуждаемого экономического процесса, а с другой — подчеркивает нелегитимность направления финансовых потоков: бюджетные средства («наши» налоги) «утекают» в заведомо сомнительные проекты. Сочетание ненормативного компонента

(паронимического эвфемизма) с субстандартной номинацией денег лингвопрагматически конструирует ситуацию злоупотребления: «наши» ресурсы присваиваются «чужими» акторами.

Во многих примерах происходит прямое указание на принадлежность денег гражданам посредством притяжательных форм, при этом действия по их перераспределению приписываются внешним по отношению к «нам» силам. Так, в реплике: *«Как пособия на детей выплачивать у них денег нет в бюджете, а город наряжать гирляндами по 20 миллионов так есть денежки»* (Обсуждение происшествий в группе «Типичный Воронеж» (VK), 2020) оппозиция «нет денег» / «есть денежки» сочетается с оценочной антитезой «социально значимое» / «символическое, показное». Диминутив «денежки» иронически подчеркивает избыточность расходов и имплицитно маркирует адресатов выгод (коммерческие подрядчики, «свои» для власти структуры) как «чужих» по отношению к налогоплательщикам.

Местоименные и оценочные маркеры «своего» и «чужого»

Морфологические средства (личные и притяжательные местоимения, показатели лица и числа глагола, а также глаголы со значением «перемещения в пространстве» [Фролова 2021: 583]) систематически используются для так называемой «разметки» коммуникативного пространства. Выражение: *«Откуда вам, бедным крестьянам знать, как лучше бюджетное бабло пристроить?»* («Настоящий Воронеж» — сообщество № 1 в городе, 2020) представляет собой ироническую реконфигурацию оппозиции «мы» — «они». Здесь квазичитируемая позиция власти стилизована как высокомерное обращение к гражданам («бедные крестьяне») со словосочетанием «бюджетное бабло». Жаргонизм «бабло» в атрибутивной связке с бюрократическим «бюджетное» усиливает эффект циничного отношения к общим средствам, а маркированное «вам» формирует фигуру униженного, зависимого адресата. В результате фрейм «наше общее» оказывается присвоенным «чужой» управляющей элитой, тогда как «мы» представлены как некомпетентные и исключенные из принятия решений.

В ряде высказываний притяжательные местоимения «наши», «мои», «твои» напрямую включают деньги в «свой» мир, но при этом контекст демонстрирует угрозу их утраты или присвоения «чужими». Так, пример: *«Чую лет через 5 весь город будет вкалывать на эти коробочки на проводах. Да товарищи горожане бедные наши денюжки»*

(Судьба воронежского электротранспорта, 2005–2010) содержит градацию: уменьшительно-ласкательное «денюжки» + инклюзивное «наши» + оценочное «бедные», что задает эмпатическую перспективу: «мы» (горожане, налогоплательщики) как жертвы неэффективной инвестиционной политики. С другой стороны, безлично обозначенные инстанции, принимающие решения по инфраструктурным проектам, оформляются как «они», не разделяющие ценностей и интересов «простых людей».

Показателен пример: *«Но на деле мы такие: „Ну блин, опять в карман кому-то пошли мои денежки“»* (vk, 2015). Корпусная фиксация этого высказывания позволяет уточнить его прагматический профиль. В нем реализуется тройное кодирование оппозиции «свои — чужие»: а) притяжательное местоимение «мои» репрезентирует деньги как часть интимного, личного пространства субъекта; б) диминутив «денежки» усиливает эмоциональную значимость объекта; в) неопределенное местоимение «кому-то» скрывает, но одновременно стигматизирует бенефициара, помещая его в ряд «чужих». Семантика «кармана» как метонимии частной выгоды подчеркивает нелегитимность транзакции: ресурс «своего» мира (личные средства) перетекает в закрытый «чужой» карман.

Жаргонизмы и конструкции разоблачения «чужого» капитала

Особую группу составляют высказывания, в которых субстандартные номинации денег используются для экспликации «чуждых» по отношению к «нам» экономических практик — офшорного капитала, транснационального бизнеса, коррупционных схем.

Рассмотрим следующий пример: *«Ну, допустим, даже для того, чтобы „вернуть“ награбленное хомякам“, хоть это и фантастика. А лавэ где? Верно, в Люксембурге, на Кипре, в Цюрихе, Лондоне и Роттердаме (немножко есть и в Нью-Йорке, но очень мало)»* (kungurov. livejournal.com kungurov, 2013). Слово «лавэ», цыганский по происхождению жаргонизм¹, в данном контексте не просто снижает стиль, но и сигнализирует о сомнительном, «нечистом» происхождении капитала. Географический ряд западных финансовых центров формирует семантическое поле «внешнего», «чужого» пространства, в котором «наши» (народные) ресурсы оказываются недоступными.

Языковая стратегия разоблачения строится здесь на риторическом вопросе «А лавэ где?», где субстандартная лексема выступает как маркер неприятной, скрываемой темы. Тем самым образуется разрыв между «хомьяками» (ироническое самообозначение «массового инвестора», потенциально включенного в круг «своих») и анонимными держателями офшорных счетов. Оппозиция «мы — они» реализуется через пространственную сегрегацию: «наши» трудовые ресурсы и налоги локализованы внутри национального пространства, тогда как «их» «лавэ» циркулирует в транснациональном, заведомо «чужом» финансовом мире.

В современных медиатекстах эта стратегия усиливается сочетанием субстандартных номинаций с эксплицитной оценочной лексикой. Так, в примере: *«Эта фирма будет получать бабки от государства, якобы за то что поддерживают местного производителя, но это все бред»* (Rozetked Discuss, 2022) — сленгизм «бабки» маркирует средства как нечестно получаемые, а семантика «бред» дискредитирует официальную мотивацию субсидий. Здесь власть и аффилированный с ней бизнес помещаются в зону «чужих», тогда как налогоплательщик («мы») выступает скрытым донором, лишенным агенности.

Концептуализация денег как инструмента насилия и эксплуатации

В ряде случаев лексема «бабки», «бабло» участвуют в формировании метафорических моделей, в которых деньги функционируют как «абстрактный ресурс», стоящий вне морали и ценностей, или как «субъект власти», средство насилия «чужих» над «своими». Выражение: *«Запомни раз и навсегда... они все стригут с тебя бабки что камера что пагоны»* (Регион-36 Воронеж — ВКонтакте, 2020) — задействует концептуальную метафору «граждане — ресурс для стрижки», где «стричь бабки» означает систематическое извлечение выгоды силовыми и контролирующими структурами. Здесь полицейские («пагоны») и технические средства фиксации нарушений (камеры) объединяются в общий агент «чужого» давления. Местоимение «с тебя» напрямую указывает на объект эксплуатации — «нас», обычных граждан.

Схожим образом работает формула: *«Они все никак не могут остановиться выкачивать бабло с народа»* (Rozetked Discuss, 2021). Жаргонизм «бабло» в сочетании с метафорой «выкачивать» усиливает образ насильственного отчуждения ресурса. Оппозиция «они» (анонимные элиты,

¹ Словарь современной лексики, жаргона и сленга. — URL: <https://rus-yaz.niv.ru/doc/jargon-dictionary/index.htm> (дата обращения: 08.02.2026).

«власть», «бизнес») — «народ» (эксплицитно названный) лингвистически прозрачна: «чужие» — это те, кто «выкачивает», «свои» — те, кто вынужден «отдавать».

При этом на уровне медийной рефлексии встречаются и примеры циничного признания приоритета денег в системе ценностей, что смещает границу между «своими» и «чужими». Так, высказывание «*просто бабло всегда побеждает зло!*» (Rozetked Discuss, 2022) сопровождается ироничными смайликами и играет на инверсии традиционной моральной оппозиции «добро — зло». Внутри этого языкового жеста говорящий одновременно дистанцируется от цинизма («это только шутка») и признает его как реальный принцип функционирования экономической системы. В таком случае «свои» — это уже не столько «простые люди», сколько участники игры по правилам «бабла», признающие его доминирующую роль.

«Чужие бабки» и защита частного пространства

В корпусе медиатекстов фиксируются случаи, когда субстандартные номинации денег используются для защиты границ частной сферы и отграничения себя от «чужого» контроля и оценки. В примере: «*Даже в комментариях под хорошей доброй новостью найдутся недовольные черти, которые будут считать чужие бабки и рассуждать, как другим было бы лучше ими распорядиться...*» (Rozetked Discuss, 2021) — реализуется стратегия стигматизации тех, кто претендует на моральное право распоряжаться чужими ресурсами. Лексема «бабки» относится к деньгам частного лица, а чужое любопытство маркируется как нарушение этических и коммуникативных норм. Пейоративная номинация субъекта «черти» конструирует фигуру агрессивного, токсичного «чужого», посягающего на границу «моего» / «нашего» экономического пространства. Таким образом, даже внутри «горизонтального» общения пользователей социальных сетей оппозиция «свои — чужие» выстраивается не только по линии «граждане — государство», но и по линии «уважающие частную автономию — вторгающиеся в нее», причем субстандартная лексика служит основным инструментом оценки и самоидентификации.

К этому же ряду можно отнести реплику: «*Хочу жить для себя, тратить бабки только на себя, отвечать только за свои действия и заботится только о себе*» (Чат для художников, 2021). Формула «тратить бабки только на себя» актуализирует индивидуалистический сценарий, в котором «свои» становятся максимально узким кру-

гом (я как субъект), а любые формы перераспределения, солидарности или налогообложения потенциально выводятся в сферу «чужого» вмешательства. Сниженная номинация денег поддерживает установку на неформальное, оппозиционное по отношению к институциональному дискурсу самопозиционирование.

Лексическое варьирование внутри поля «свои»

Важно отметить, что субстандартные номинации денег не всегда однозначно маркируют «чужое» или нелегитимное. В ряде контекстов уменьшительно-ласкательные формы («денежки», «денюшки») и обращения к деньгам как к одушевленным адресатам формируют модель интимного, «домашнего» отношения к ресурсу. Например, в репликах: «*Дорогие мои Денежки! Очень скучаю без Вас*» (vk, 2014); «*Деньги-денежки идите, путь ко мне домой найдите...*» (vk, 2015); «*И не забудьте сделать этот ритуал, если отправитесь на рыбалку. Ловить денежки гораздо приятнее, чем рыбу*» (vk, 2016) — деньги персонифицируются и наделяются признаками «своего» — желанного гостя, друга, члена круга близких.

Такое отношение к ним снимает часть социальной напряженности, вытекающей из оппозиции «свои — чужие» на макроуровне. С одной стороны, деньги признаются внешним по отношению к субъекту объектом («пусть придут»), с другой — им приписываются человеческие качества, что позволяет «приручить» их в дискурсивном плане и вписать в картину «своей» жизни. Уменьшительные суффиксы и экспрессивный синтаксис (ритмические повторы, рифмующиеся конструкции) работают на формирование «теплого» образа денег как ресурса, который должен быть доступным «нам», а не абстрактным «им».

В то же время даже в этих, на первый взгляд, игривых текстах сохраняется тень социокультурного конфликта: деньги необходимо «зазывать», с ними нужно выстраивать особые ритуальные отношения («ритуал ловли денежек» и др.), что косвенно указывает на дефицит и неравномерное распределение ресурса в реальности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, субстандартные и экспрессивные номинации денег, зафиксированные в корпусе медиатекстов, не являются лишь маркерами разговорной речи или молодежного жаргона. Они выполняют системную лингвопрагматическую функцию: через них артикулируется и поддерживается граница между «своими» и «чужими» в эко-

номическом пространстве, оценивается легитимность распределения ресурсов, конструируются сценарии солидаризации (мы — жертвы, мы — владельцы «наших денежных средств») и отчуждения (они — «стригущие бабло», «уважаемые люди», «черти», владельцы «лавэ» в офшорах). В совокупности эти стратегии подтверждают, что современный российский экономический медиадискурс воспроизводит и актуализирует базовую социокультурную оппозицию «свои — чужие» через языковые средства различного уровня — от морфологии и лексики до синтаксиса и дискурсивных сценариев.

Перспективы дальнейших исследований видятся в сопоставительном анализе репрезентации оппозиции «свои — чужие» в экономическом медиадискурсе разных языков и культур, в изучении гендерных, возрастных и региональных особенностей использования субстандартных номинаций денег, а также в более детальном рассмотрении визуально-вербальных комплексов (мемов, инфографики, скриншотов новостей), где объединяются текстовые и графические маркеры «своего» и «чужого» экономического пространства.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Андриевская, Ж. В. Конструирования социальной идентичности в дихотомии «Свой — Чужой»: на примере общественного сознания россиян / Ж. В. Андриевская // Социально-гуманитарные знания. — 2025. — № 1. — С. 209–211. — EDN IURWXS.
2. Бахтин, М. М. Литературно-критические статьи / М. М. Бахтин. — Москва : Художественная литература, 1986. — 544 с. — EDN VQMUGT.
3. Белоусова, А. В. Бинарная оппозиция как объект лингвистического исследования / А. В. Белоусова // Евразийский гуманитарный журнал. — 2024. — № 2. — С. 6–11. — EDN WDLXND.
4. Брусенская, Л. А. Лингвопрагматические параметры маркетинговых коммуникаций / Л. А. Брусенская, Э. Г. Куликова // Коммуникативные исследования. — 2020. — № 2. — С. 333–350. — EDN BUJRZDZ.
5. Василенко, А. П. Образная диада «время — деньги» в афористическом фонде языка как отражение социально-политического кода культуры / А. П. Василенко, А. В. Елисеева // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. — 2023. — Т. 23. — № 3. — С. 66–78. — EDN ODWYND.
6. Воркачев, С. Г. Масс-медийное представление лингвоидеологемы «народ» / С. Г. Воркачев // Вопросы когнитивной лингвистики. — 2014. — № 1 (38). — С. 81–90. — EDN RWCSHT.
7. Канель, И. В. Метафоры жизни и химии в осмыслении денег: «лакмусовая бумажка» экономической реальности / И. В. Канель // Культура и текст. — 2025а. — № 3 (62). — С. 190–199. — EDN FNXYOB.
8. Канель, И. В. Семантические роли денег как агентов и пациентов в русском медиадискурсе / И. В. Канель // Отечественная филология. — 2025б. — № 5. — С. 26–37. — EDN QVEGGP.
9. Канель, И. В. Эволюция медиаобраза денег от советской эпохи до наших дней: лингвоаксиологический ракурс / И. В. Канель // Политическая лингвистика. — 2024. — № 4 (106). — С. 268–273. — EDN CRKKTW.
10. Карамова, А. А. Местоимение *мы* как средство репрезентации концептуального признака «свой» ключевого политического концепта «свой/чужой» в современном политическом дискурсе / А. А. Карамова // Политическая лингвистика. — 2025. — № 6 (114). — С. 22–28. — EDN LSSXWW.
11. Китанина, Э. А. Языковое воплощение концептов свое/чужое в политических представлениях и ценностях россиян / Э. А. Китанина // Семиотико-семасиологическое измерение политического дискурса : коллективная моногр. — Москва : Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, 2021. — С. 195–208. — EDN WGUUCQ.
12. Колесникова, С. М. Инфлюационный потенциал гипотаксиса в жанре статьи / С. М. Колесникова, К. П. Шульгина // Преподаватель XXI век. — 2022. — № 2. — Ч. 2. — С. 409–420. — EDN CRKHQK.
13. Митякина, О. В. Оппозиция «свой — чужой» как средство делегитимизации политической власти (на материале комментариев англоговорящих пользователей в социальных сетях) / О. В. Митякина // Политическая лингвистика. — 2022. — № 5 (95). — С. 156–162. — EDN UEWUUB.
14. Мурадян, А. А. Политический дискурс сквозь призму литературных цитаций / А. А. Мурадян // Язык и текст. — 2020. — Т. 7. — № 4. — С. 99–106. — EDN ETPPNI.
15. Мурадян, А. А. Стратегическая модель репрезентации оппозиции «свой — чужой» в контексте политического выступления / А. А. Мурадян // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. — 2016. — № 3. — С. 68–73. — EDN WHBPYF.
16. Поршнев, Б. Ф. Контрсуггестия и история (Элементарное социально-психологическое явление и его трансформации в развитии человечества) / Б. Ф. Поршнев // История и психология. — Москва : Мысль, 1971. — С. 7–35. — EDN YULMTM.
17. Самигулина, Ф. Г. Когнитивно-прагматический анализ использования оппозиций грамматических категорий в дискурсе СМИ / Ф. Г. Самигулина // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Русский и иностранные языки и методика их преподавания. — 2010. — № 3. — С. 52–56. — EDN MUWOWJ.
18. Сергеев, А. А. Бинарные оппозиции как когнитивные универсалии: взгляд Леви-Стросса на структуру мышления / А. А. Сергеев // Методология современной психологии. — 2025. — № 28. — С. 226–233. — EDN WECQUT.
19. Сергиенко, Н. А. Концептуальная бинарность СВОЙ — ЧУЖОЙ: лингвокогнитивный ракурс исследования / Н. А. Сергиенко, В. М. Глушак // Вестник Луганского государственного педагогического университета. Серия «Филологические науки». — 2025. — № 3 (127). — С. 32–37. — EDN WEQCKK.
20. Скарнев, Д. С. Лингвомаркетинг / Д. С. Скарнев. — Москва : Русский язык. Курсы, 2023. — 200 с. — EDN GMWWAJ.
21. Степанов, Ю. С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования / Ю. С. Степанов. — Москва : Языки русской культуры, 1997. — 824 с. — EDN QOFIUL.
22. Фролова, И. Н. Специфика реализации оппозиции «свой — чужой» в современном русском языке в лингвокультурологическом аспекте / И. Н. Фролова // Язык и культура: взгляд молодых : материалы IV Междунар. науч. студенческой конф. «Язык и культура: взгляд молодых» в рамках XXII Кирилло-Мефодиевских чтений (Москва, 26 мая 2021 г.) / гл. ред. М. Н. Русецкая. — Москва : Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, 2021. — С. 580–584. — EDN IIRQF.
23. Хакимова, Е. М. Лексический субстандарт в функциональном аспекте / Е. М. Хакимова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика. — 2012. — № 25 (284). — С. 86–92. — EDN PBNDON.
24. Хвесько, Т. В. Интерпретация субстандартной лексики / Т. В. Хвесько, С. М. Мастерских // Вопросы когнитивной лингвистики. — 2012. — № 2 (31). — С. 151–156. — EDN OWLBHJ.
25. Чанышева, З. З. Ипостаси категории «чужие» в медийной коммуникации / З. З. Чанышева // Язык и текст. — 2016. — Т. 3. — № 3. — С. 96–105. — EDN WNJKR.
26. Чекмез, У. Э. Способы репрезентации оппозиции «свои — чужие»: прагматика как маркер дискретной организации противопоставления / У. Э. Чекмез // Научно-методический элек-

тронный журнал «Концепт». — 2016. — Т. 11. — С. 2041–2045. — EDN WDPMBL.

REFERENCES

1. Andrievskaya, Zh. V. (2025). Konstruirovaniya sotsial'noy identichnosti v dikhotozii «Svoy — Chuzhoi»: na primere obshchestvennogo soznaniya rossiyan = Construction of social identity in the dichotomy “Friend — Alien”: on the example of the public consciousness of Russians. *Social and humanitarian knowledge*, 1, 209–211. EDN IURWXS.

2. Bakhtin, M. M. (1986). Literaturno-kriticheskie stat'i = Literary and critical articles. Moscow: Khudozhestvennaya literatura, 544 p. EDN VQMUGT.

3. Belousova, A. V. (2024). Binarnaya oppozitsiya kak ob'ekt lingvisticheskogo issledovaniya = Binary opposition as an object of linguistic research. *Eurasian Humanitarian Journal*, 2, 6–11. EDN WDLXND.

4. Brusenskaya, L. A., Kulikova, E. G. (2020). Lingvopragmaticheskie parametry marketingovykh kommunikatsiy = Linguopragmatic parameters of marketing communications. *Communication Studies*, 2, 333–350. EDN BUJRDZ.

5. Vasilenko, A. P., Eliseeva, A. V. (2023). Obraznaya diada «vremya — den'gi» v aforisticheskoy fonde yazyka kak otrazhenie sotsial'no-politicheskogo koda kul'tury = Figurative dyad time — money in the aphorisms of a language as a reflection of the socio-political code of culture. *Vestnik of Northern (Arctic) Federal University. Series: Humanitarian and social sciences*, 23(3), 66–78. EDN ODWYHD.

6. Vorkachev, S. G. (2014). Mass-mediynoe predstavlenie lingvoideologiy «narod» = Mass media representation of the ideological word “people”. *Issues of Cognitive Linguistics*, 1(38), 81–90. EDN RWCCHT.

7. Kanel', I. V. (2025a). Metafori zhizni i khimii v osmyslenii deneg: «lakmusovaya bumazhka» ekonomicheskoy real'nosti = Metaphors of life and chemistry in conceptualizing money: the “litmus test” of economic reality. *Culture and Text*, 3(62), 190–199. EDN FNXYOB.

8. Kanel', I. V. (2025b). Semanticheskie roli deneg kak agentov i patsientov v russkom mediadiskurse = Semantic roles of “money” as agent and patient in Russian media discourse. *Russian Studies in Philology*, 5, 26–37. EDN QVEGGP.

9. Kanel', I. V. (2024). Evolyutsiya mediaobraza deneg ot sovet'skoy epokhi do nashikh dney: lingvoaksiologicheskii rakurs = Development of the media image of money from the Soviet times to today: a linguo-axiological perspective. *Political Linguistics*, 4(106), 268–273. EDN CRKKTW.

10. Karamova, A. A. (2025). Mestoimenie my kak sredstvo reprezentatsii kontseptual'nogo priznaka «svoiy» klyuchevogo politicheskogo kontsepta «svoiy/chuzhoi» v sovremennom politicheskom diskurse = The Russian pronoun “my” as a means of representing the conceptual feature “own” of the key political concept of “own/alien” in the contemporary political discourse. *Political Linguistics*, 6(114), 22–28. EDN LSSXWW.

11. Kitanina, E. A. (2021). Yazykovoe voploshchenie kontseptov svoe/chuzhoe v politicheskikh predstavleniyakh i tsennostyakh rossiyan = Language implementation of concepts own/foreign in the political views and values of Russians. *Semiotic-semasiological dimension of political discourse: collective monograph*, 195–208. Moscow: Pushkin State Russian Language Institute. EDN WGUUCQ.

12. Kolesnikova, S. M., Shul'gina, K. P. (2022). Inflyuatsionnyy potentsial gipotaksisa v zhanre stat'i = Inflational potential of hypotaxis in article genre. *Prepodavatel XXI vek. Russian Journal of Education*, 2(2), 409–420. EDN CRKHQK.

13. Mityakina, O. V. (2022). Oppozitsiya «svoiy — chuzhoi» kak sredstvo delegitimizatsii politicheskoy vlasti (na materiale

kommentariy anglogovoryashchikh pol'zovateley v sotsial'nykh setyakh) = The opposition of “own-alien” as a means of delegitimation of political power (based on the comments of English-speaking social network users). *Political Linguistics*, 5(95), 156–162. EDN UEWUUB.

14. Muradyan, A. A. (2020). Politicheskii diskurs skvoz' prizmu literaturnykh tsitatsiy = Political discourse through literary quotations. *Language and Text*, 7(4), 99–106. EDN ETPPNI.

15. Muradyan, A. A. (2016). Strategicheskaya model' reprezentatsii oppozitsii «svoiy-chuzhoi» v kontekste politicheskogo vystupleniya = Strategic pattern of “friend-or-foe” opposition representation as used in political speech. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 3, 68–73. EDN WHBPYF.

16. Porshnev, B. F. (1971). Kontsugestiya i istoriya (Elementarnoe sotsial'no-psikhologicheskoe yavlenie i ego transformatsii v razvitiy chelovechestva) = Countersuggestion and history (Elementary socio-psychological phenomenon and its transformations in the development of mankind). *History and Psychology*, 7–35. Moscow: Mysl'. EDN YULMTM.

17. Samigulina, F. G. (2010). Kognitivno-pragmaticheskii analiz ispol'zovaniya oppozitsiy grammaticheskikh kategoriy v diskurse SMI = Cognitive and pragmatic analysis of the usage of grammar categories oppositions in mass-media discourse. *Bulletin of Peoples' friendship university of Russia. Series: Russian and foreign languages*, 3, 52–56. EDN MUWOWJ.

18. Sergeev, A. A. (2025). Binarnye oppozitsii kak kognitivnye universalii: vzglyad Levi-Strossa na strukturu myshleniya = Binary oppositions as cognitive universals: Lévi-Strauss's view of the structure of thought. *Methodology of Modern Psychology*, 28, 226–233. EDN WECQUT.

19. Sergienko, N. A., Glushak, V. M. (2025). Kontseptual'naya binarnost' SVOY — CHUZHoy: lingvokognitivnyy rakurs issledovaniya = Conceptual binarity ONE'S OWN — ALIEN: linguocognitive aspect of research. *Bulletin of Lugansk State Pedagogical University. Series: Philology*, 3(127), 32–37. EDN WEQCKK.

20. Sknarev, D. S. (2023). Lingvomarketing = Linguomarketing. Moscow: “Russkiiy yazyk”. Kursy, 200 p. EDN GMWWAJ.

21. Stepanov, Yu. S. (1997). Konstanty. Slovar' russkoy kul'tury. Opyt issledovaniya = Constants. Dictionary of Russian culture. Research experience. Moscow: Yazyki russkoy kul'tury, 824 p. EDN QOFIUL.

22. Frolova, I. N. (2021). Spetsifika realizatsii oppozitsii «svoiy — chuzhoi» v sovremennom russkom yazyke v lingvokulturologicheskoy aspekte = Specifics of the “friend or foe” opposition and its implementation in the modern Russian language in the linguoculturological aspect. *Language and Culture: Youth Perspective*, 580–584. Moscow: Pushkin State Russian Language Institute. EDN IJRQF.

23. Khakimova, E. M. (2012). Leksicheskiy substandart v funktsional'nom aspekte = Lexical substandard in the functional aspect. *Bulletin of the South Ural State University. Series: Linguistics*, 25(284), 86–92. EDN PBNNDON.

24. Khves'ko, T. V., Masterskikh, S. M. (2012). Interpretatsiya substandartnoy leksiki = Interpretation of substandard lexis. *Issues of Cognitive Linguistics*, 2(31), 151–156. EDN OWLBHJ.

25. Chanysheva, Z. Z. (2016). Ipostasi kategorii «chuzhie» v mediynoy kommunikatsii = Hypostases of Them category in mass media communication. *Language and Text*, 3(3), 96–105. EDN WNIJRK.

26. Chekmez, U. E. (2016). Sposoby reprezentatsii oppozitsii «svoi — chuzhie»: pragramma kak marker diskretnoy organizatsii protivopostavleniya = Ways of representing the “Us — Them” opposition: pragramme as a marker of discrete organization of opposition. *Concept*, 11, 2041–2045. EDN WDPMBL.