

signs denoting realities of the corresponding sphere interact with each other in the utterance to highlight different projects, trends, events and news of interior design, thus informing the readers, advertising products and services, attracting potential clients, increasing interest in this area by influencing the emotions and mood of readers and forming public opinion. The popular topics reflected in the linguosemiotic system of the interior design media discourse are celebrities' luxurious property, nature-saving technologies, environmentally friendly materials, interior renovation with minimum costs, original and ergonomic solutions, practical advice from experts. The results of the research contribute to the development of the semiotic approach in the discourse study.

Key words: *interior design discourse, interior design media discourse, linguosemiotics, linguistic sign*

For citation: Sklyarova, N. G. (2025). Media discourse of interior design: linguosemiotic approach (on the material of the English-language Internet publications). *Proceedings of Southern Federal University. Philology*, vol. 29, no. 3, pp. 55-64. (In Russian). <https://doi.org/10.18522/1995-0640-2025-2-55-64>

Введение

Современный этап развития языкознания характеризуется неослабевающим интересом к дискурсивному пространству, которое рассматривается в самых разнообразных аспектах, в том числе как знаковая система. Лингвосемиотический подход неоднократно использовался для характеристики различных типов дискурса: университетского [Кириллова, 2010], волонтерского [Филиппова, 2014], гастрономического [Олянич, Земскова, 2015], сельскохозяйственного [Сухова, 2016], циркового [Олянич, 2019], а также таких разновидностей медийного дискурса, как милитарный [СклЯрова, 2019], монархический [СклЯрова, 2020], пандемический [СклЯрова, Лаврухина, 2023], туристический [СклЯрова, 2023], футбольный [СклЯрова, 2024]. Представленные в перечисленных работах дискурсивные лингвосемиотические системы являются той или иной модификацией классификации вербальных знаков А. В. Олянича, включающей знаки-номинативы, знаки-процессивы, знаки-инструментативы, знаки-локативы, знаки-квантификаторы и знаки-квалификаторы, которые обозначают, соответственно, участников ситуации, их действия, ресурсы, осуществляют локализацию событий, дают количественные и качественные характеристики [Олянич, 2004, с. 213]. Анализ результатов данных исследований свидетельствует, что выделенные классы вербальных знаков выступают в качестве семантических инвариантов, получающих особую интерпретацию в каждом дискурсе, обусловленную его тематической спецификой, и реализующихся в конкретных дискурсивных вариантах.

В рамках настоящей статьи рассмотрим англоязычный медиадискурс дизайна интерьера как лингвосемиотическое функциональное образование, обладающее определенными типологическими параметрами, которые определяют его специфику. Актуальность данной тематики обусловлена не только современными лингвистическими тенденциями, но и экстралингвистическими факторами, ибо обустройство жилища и создание комфортных условий проживания были и остаются важной составляющей жизни каждого человека. В соответствии с поставленной целью в круг задач исследования входят характеристика медиадискурса дизайна интерьера в свете дискурсологии и лингвосемиотики, систематизация встречающихся в англоязычных медийных текстах различных классов вербальных знаков и выявление их семантических особенностей, описание выполняемых ими прагматических функций.

Научная новизна проведенного исследования заключается в том, что в нем различные аспекты дизайна интерьера рассматриваются в рамках одноименного дискурса с точки зрения лингвосемиотики. Его теоретическая зна-

чимость состоит в расширении представлений о денотативных и прагматических возможностях языковых знаков. Таким образом, полученные результаты имеют определенную практическую ценность, поскольку могут быть включены в различные курсы и спецкурсы для студентов, обучающихся на филологических направлениях подготовки.

Фактологический материал составляют примеры, отобранные из 50 статей, опубликованных на сайтах англоязычных специализированных журналов *Interior Designer Magazine*, *Architectural Digest Magazine*, *ELLE DÉCOR*, *Hackrea*, а также новостных интернет-изданий широкой тематики. Для их исследования использовались методы дистрибутивного, контекстологического, дискурсивного и интенционального анализа.

Исследование и его результаты

Любая популярная тематика строит вокруг себя дискурсивное пространство. Сфера дизайна интерьера не является исключением, поскольку её субъекты также реализуют свои коммуникативные интенции, кроме того, использование форм, цветов, фактур и расположения объектов служит для передачи тех или иных смыслов и намерений. На наш взгляд, дискурс дизайна интерьера можно охарактеризовать как топикально детерминированное образование, существующее в институциональной и персональной коммуникативных разновидностях, а также подвергающееся гибридизации в результате интеграции с медийным дискурсом, при которой он не теряет своей индивидуальности, но приобретает специфические черты, присущие медиасреде. Институциональный дискурс дизайна интерьера представляет собой общение между специалистами, а также исполнителями и заказчиками, персональный дискурс дизайна интерьера протекает в неофициальной обстановке между людьми, не имеющими профессиональной квалификации, но интересующимися вопросами обустройства быта, тогда как медийный дискурс дизайна интерьера освещает тренды, проекты, события и новости, связанные с данной сферой деятельности. Публикации, посвященные указанной тематике, рассматривают, как дизайн интерьера создает нужную атмосферу, отражает социальные, культурные и психологические потребности и влияет на восприятие и поведение людей в пространстве.

Лингвосемиотический подход к исследованию медиадискурса дизайна интерьера позволяет понимать его как процесс производства и восприятия дискурсивных вариантов шести упомянутых выше инвариантных вербальных знаков, представляющих собой единство определенного мыслительного содержания (означаемого) и чувственно воспринимаемой формы (означающего) [Уфимцева, 1998], которые выполняют свои денотативные и прагматические функции, взаимодействуя друг с другом в высказывании.

Знаки-номинативы, выраженные нарицательными и собственными существительными или словосочетаниями с субстантивным стержневым компонентом, в англоязычном медиадискурсе дизайна интерьера обозначают исполнителей и заказчиков проектов, представляя собой личные имена и профессии специалистов, а также названия компаний (*interior designer and TV presenter, designer Poonam Khanna, artist Josephine McYebuah, Hypnos Contract Beds, Lyndon Design, Kasian Design* и др.), личные имена и социальный статус потребителей (*the previous owners Marlene and Robert Veloz, sporting celebrity Tiger Woods, actor Pierce Brosnan, Sting, Tom Cruise, Jay Z, Beyoncé, George Clooney, Brad Pitt, Angelina Jolie, Stallone, Chloe, Kim Kardashian, Kanye West, Elvis Presley's daughter Lisa Marie Presley* и др.):

(1) *For a beach home in the Hamptons, designer Poonam Khanna of the firm Unionworks clad a monolithic kitchen island in shiny brass that will naturally patinate over time, offset by streamlined cabinetry* [Santiago, 2024].

Знаки-локативы в англоязычном медиадискурсе дизайна интерьера осуществляют локализацию событий данной сферы деятельности через номинацию объектов недвижимости (*private residence, mansion, residential home, estate, castle, villa, duplex penthouse, ranch, mega-mansion* и др.), жилых помещений (*bedroom, breakfast room, dining room* и др.), помещений различной функциональной направленности, предназначенных, в частности, для приготовления пищи (*chef's kitchen, show kitchen, staff kitchen* и др.), хранения (*storage room, butler's pantry, walk-in pantry, garage* и др.), плавания и занятий спортом (*saltwater / plunge / indoor pool, private / home gym, private fitness center* и др.), релаксации и ухода за телом (*bathroom, powder room, steam room, sauna, spa* и др.), работы (*office, recording studio* и др.), проведения досуга (*art studio, formal lounge, screening room, entertainment building, video game room, home theatre, recreational room, library, cigar room* и др.), а также частей помещения (*wall, floor, ceiling window* и др.):

(2) *There's also a **sauna, steam room, and art studio*** [Collins, 2023].

Знаки-инструментативы в англоязычном медиадискурсе дизайна интерьера обозначают материальные ресурсы, которые используются для создания проекта и его успешного воплощения: аксессуары, выполняющие исключительно декоративную функцию (*candle, blanket, tapestry, picture frame, rug, vase, plaid, headboard, dish* и др.), предметы определенного функционального назначения, но в то же время служащие для украшения и дополнения интерьера (*mirror, lamps, chandelier, curtains, door, tap, sink, fireplace, cubicle, radiator, shower tray* и др.), предметы мебели (*furniture, rocking / dining / bar / counter chair, armchair dining / coffee / folding / side / bistro table, shelf, bed, bar stool, loveseats, bucket / upholstered sofa, cabinet, canopy* и др.), материалы для изготовления мебели и предметов декора, а также покрытия полов и стен (*clay, recycled polypropylene, plaster, steel, metal, wood, natural wooden floorboard, wooden planks, polyester, cotton, paper, mohair, leather, bamboo, cork, rattan, watercolor, marbled paper, fabric, pane of tempered glass, wool, stone, granite, cast iron, nano-coated stainless steel, recycled materials, natural materials, textiles* и др.):

(3) *Whether a project calls for all things industrial, wit **stools and dining chairs** in simple **metal** and **wood** or Scandi minimalism, with pared-down side tables and a pastel rug* [Tilley, 2017].

Знаки-процессивы, выраженные глаголами в финитных и нефинитных формах, активном и пассивном залоге, а также глагольными словосочетаниями и отглагольными существительными в англоязычном медиадискурсе дизайна интерьера описывают процесс создания проекта и его применение (*to move, to relocate, to recycle, to reuse, to repurpose, to revitalize, to complete, to compose, to design, to replace, to upcycle, to create, to engineer, heating, lighting, and water consumption* и др.):

(4) *Not a single wall, floor or door **was moved or relocated*** [Killegrew, 2022].

Знаки-квантификаторы, представленные в англоязычном медиадискурсе дизайна интерьера количественными и порядковыми именами числительными или словами других частей речи, обладающими квантитативной семантикой, в сочетании с названиями месяцев информируют о датах проведения мероприятий в данной сфере деятельности (*from 8th to 11th October, 2025, 24-26 May 2022, 2022 from 6-9 March, 27th of March* и др.); взаимодействуя со знаками других типов, демонстрируют масштаб событий (*biennial event, thou-*

sands of designers, retailers, installers, property developers, buyers, 250 exhibitors, from 20 different countries и др.); интегрируясь с единицами измерения, указывают на размер объекта недвижимости, внутреннего помещения или предмета декора (*350 killos, 12 three-room villas, 375 m²* и др.):

(5) *The client's 9,000 sq ft new penthouse residence with amazing ocean views was a labor of love* [Collins, 2023].

Знаки-квалификаторы в англоязычном медиадискурсе дизайна интерьера дают оценку проектам, их отдельным деталям, дизайнерам, их идеям, а также событиям в данной сфере деятельности (*antique, contemporary, unique, eco-conscious, bamboo-style, future-forward design, bold and playful approach, progressive and forward thinking, luxury, eminent, touch of magic, exciting source of inspiration, major, global, profit-making* и др.):

(6) *Lighting experts Lutron Electronics hosted a series of EMEA-wide events, harmonising luxury lighting and future-forward design to conjure a touch of magic across the Architecture & Design community* [Lutron unleashes ... , 2022].

В англоязычном медиадискурсе дизайна интерьера вербальные знаки нескольких классов, а также нескольких групп внутри некоторого класса взаимодействуют друг с другом в одном высказывании для осуществления различных прагматических функций, к которым относятся:

– реклама товаров, услуг и мероприятий:

(7) *With modular bathroom furniture, sanitaryware, cabinets and mirrors, Burghad offers a solution for all types and sizes of interior projects* [Bel collection ... , 2012].

В примере (7) знаки-инструментативы, обозначающие мебель и аксессуары, *modular bathroom furniture, sanitaryware, cabinets and mirrors* подчеркивают многообразие продукции, рассчитанной на ванные комнаты любых размеров;

– привлечение потенциальных клиентов:

(8) *London recently played host to an exclusive event for architects, interior designers, and lighting designers in London's luxury residential sector* [Lutron unleashes ... , 2022].

Здесь знаки-квалификаторы *an exclusive event, luxury residential sector* в сочетании со знаками-номинативами *architects, interior designers, and lighting designers* выделяют уникальность и элитарность проводимого мероприятия, рассчитанного на тех специалистов, которые работают с ВИП-клиентами;

– знакомство исполнителей и заказчиков с новинками и современными тенденциями:

(9) *Agnella by Brintons' in-house studio has rescaled and applied fresh colour palettes to the V&A artefacts in a modern approach to design, so that each rug is appropriate and relevant for homes today* [The V&A to present ... , 2023].

В этом примере наблюдается взаимодействие знака-инструментатива *rug* со знаками-процессивами *to rescale, to apply* и знаками-квалификаторами *fresh, modern approach to design, appropriate, relevant*. С его помощью подчеркивается новизна и универсальность цветовой палитры, выбранной дизайнером ковров, обозначаемым знаком-номинативом *Agnella by Brintons' in-house studio*, это позволяет каждому изделию легко вписываться в любой интерьер;

– продвижение прогрессивных идей:

(10) *Changing waste into beautiful, 3D-printed objects. In the form of chairs, stools and vases* [Designer turns ... , 2022].

Здесь знаки-инструментативы *chairs, stools, vases* обозначают предметы мебели и декора, изготовленные при помощи природосберегающих техноло-

гий, которые в настоящее время в контексте глобальных экологических проблем, обусловленных чрезмерным консюмеризмом, особенно популярны;

– повышение интереса к данной сфере через воздействие на эмоции и настроение читателей:

(11) *The colorfully designed mega-mansion features eight spacious bedrooms, 12 bathrooms, a chef's kitchen, a breakfast room, a formal lounge, two powder rooms, and a dining room... The home boasts eight bedrooms, 10 bathrooms, a show kitchen, a staff kitchen, a walk-in pantry, and a lounge that has gorgeous vaulted ceilings* [Collins, 2023].

В примере (11) знаки-локативы *mega-mansion*, *home*, обозначающие строения, взаимодействуют со знаками-локативами, маркирующими внутреннее помещения *bedrooms*, *bathrooms*, *chef's kitchen*, *breakfast room*, *formal lounge*, *powder rooms*, *dining room*, *show kitchen*, *staff kitchen*, *walk-in pantry*, *lounge*. Данные перечни свидетельствуют о вместительности описываемых домов, а также о стремлении хозяев создать условия для приема большого количества гостей.

В англоязычном дискурсе дизайна интерьера особой популярностью пользуются следующие темы, находящие отражение в лингвосемиотической системе:

1. Элитная недвижимостъ селебрити:

(12) *Before Kim Kardashian and Kanye West bought this devastatingly beautiful mansion in the Hidden Hills in Hollywood, the home originally belonged to Elvis Presley's daughter Lisa Marie Presley* [Collins, 2023].

Здесь знаки-номинативы *Kim Kardashian*, *Kanye West*, *Elvis Presley's daughter Lisa Marie Presley* служат для обозначения настоящих и прежних владельцев объекта недвижимости, представленного знаком-локативом *mansion* и характеризуемого знаком-квалификатором *devastatingly beautiful*, что повышает ценность особняка, имеющего культурно-историческую значимость.

2. Природосберегающие технологии:

(13) *Into this home décor market comes the trend of Upcycling, by which yesterday's tired objects and materials are reused or repurposed in a way that revitalizes them, giving them greater value than ever before* [Transforming Fabrics ... , 2023].

В этом примере знаки-процессивы *to upcycle*, *to reuse*, *to repurpose*, *to revitalize*, *to give greater value* в различных залоговых формах, как финитных, так и нефинитных, указывают на современную тенденцию повторного и длительного использования предметов интерьера с целью сохранения окружающей среды.

3. Экологически чистые материалы:

(14) *Wooden beds, a woolen rug under your feet, warm beige tones of the walls, light curtains – the image of a nursery in Eco-style is ready* [Eco-style interior ... , 2020].

В примере (14) знак-квалификатор *Eco-style* подчеркивает экологичность интерьера детской комнаты, где мебель и аксессуары, номинированные знаками-инструментативами *beds*, *rug*, *curtains*, выполнены из натуральных материалов, обозначенных знаками-инструментативами *wooden*, *woolen*, тогда как знаки-квалификаторы *warm beige*, описывающие цвет стен, и *light*, передающий текстуру ткани штор, дополняют впечатление о профессионализме дизайнера, создавшего необходимую для ребенка атмосферу.

4. Обновление интерьера с минимальными затратами:

(15) *Interior items can also give a new life: vintage fabric from grandma's attic can become the new upholstery of a boring chair, wooden planks can become a tabletop for a dining table, and a glass bottle can be a high vase* [Eco-style interior ... , 2020].

Здесь знаки-инструментативы *dining table, chair, vase, upholstery, tabletop* номинируют предметы мебели и аксессуары, полученные в результате преобразования старых вещей, обозначенных знаками-инструментативами *fabric, wooden planks, glass bottle*, которые можно удачно вписать в интерьер, что фиксируется противопоставлением знаков-квалификаторов *boring / vintage*.

5. Оригинальные и эргономичные решения:

(16) *Many designer radiators are specifically engineered to work well with heat pumps, offering high output and efficiency without compromising on style* [How to choose ... , 2024].

В примере (16) с помощью знаков-процессивов *to engineer, to work, to offer high output and efficiency, not to compromise* подчеркивается, что оригинальные отопительные приборы, обозначенные знаком-инструментативом *designer radiators*, отлично работают и не выпадают из общего стиля помещения.

6. Практические советы специалистов:

(17) *Incorporate plaster fireplace surrounds, chandeliers, and side tables into your home, Paulsen suggests* [Lyon, 2023].

В этом примере знаки-инструментативы *plaster fireplace surrounds, fireplace, chandeliers, side tables*, служащие для наименования предмета мебели, источников света и тепла, и знак-процессив *to incorporate* функционируют в предложении, содержащем рекомендацию дизайнера, как добавить в интерьер некоторые детали для придания ему целостности и единства оформления.

Заключение

Итак, медиадискурс дизайна интерьера представляет собой форму коммуникации, которая не только служит для передачи результатов креативной деятельности, направленной на создание пространства, но и транслирует определенные смыслы, символы, идеологии и намерения, т.е. включает в себя эстетические, функциональные и социокультурные аспекты, репрезентированные в системе вербальных знаков, которые выполняют денотативные и прагматические функции, чтобы познакомить читателей с главными и актуальными событиями в данной сфере и сформировать их картину мира.

Список источников

Кириллова И. К. Лингвосемиотика англоязычного университетского дискурса : дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2010. 199 с.

Олянич А. В. Презентационная теория дискурса. Волгоград.: Парадигма, 2004. 507 с.

Олянич А. В. "Show must go on", или Семиотика циркового дискурса // Коммуникативные исследования. 2019. Т 6, № 3. С. 759–775. [https://doi.org/10.25513/2413-6182.2019.6\(3\).759-775](https://doi.org/10.25513/2413-6182.2019.6(3).759-775)

Олянич А.В., Земскова А.Ю. Лингвосемиотика англоязычного гастрономического дискурса. Волгоград: Изд-во Волгоградского гос. агр. ун-та, 2015. 392 с.

Склярова Н. Г. Лингвосемиотика англоязычного туристического медиадискурса (на материале интернет-публикаций) // Вестн. Пятигорского гос. ун-та. 2023. № 1. С. 163–168. https://doi.org/10.53531/25420747_2023_1_163

Склярова Н. Г. Лингвосемиотика милитарно-медийного дискурса (на материале современных публикаций англоязычных СМИ). М.: Инфра-М, 2019. 88 с. https://doi.org/10.12737/monography_5bf3b8d6198855.02642558

Скларова Н. Г. Лингвосемиотика футбольного медиадискурса (на материале англоязычных публикаций) // Вопросы когнитивной лингвистики. 2024. № 3. С. 68–77. <https://doi.org/10.20916/1812-3228-2024-3-68-77>

Скларова Н. Г. Лингвосемиотическая репрезентация жизни британской королевской семьи в медийном монархическом дискурсе // Известия ЮФУ. Филол. науки. 2020. № 4. С. 47–55. <https://doi.org/10.18522/1995-0640-2020-4-47-55>

Скларова Н. Г., Лаврухина А. В. Лингвосемиотика медийного пандемического дискурса (на материале англоязычных публикаций, посвященных эпидемии коронавируса) // Вестн. Томского гос. ун-та. 2023. № 492. С. 40–49. <https://doi.org/10.17223/15617793/492/5>

Сухова Е. А. Лингвосемиотика сельскохозяйственного дискурса. Волгоград: Изд-во Волгоградского гос. агр. ун-та, 2016. 199 с.

Уфимцева А. А. Знак // Языкознание : большой энцикл. словарь. М.: Большая российская энциклопедия, 1998. С. 167.

Филиппова Т. А. Лингвосемиотика англоязычного волонтерского дискурса : дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2014. 167 с.

Bel collection provides adaptable bathroomware // Interior Designer Magazine. 2012. September 11. URL: <https://interiordesignermagazine.co.uk/2012/09/11/bel-collection-provides-adaptable-bathroomware/> (дата обращения: 16.11.2023).

Collins J. 10 Of the Most Expensive Celebrity Homes // HELLO! Magazine. 2023. February 1. URL: <https://www.hellomagazine.com/homes/20230131163187/most-expensive-celebrity-homes-taylor-swift-beyonce> (дата обращения: 09.04.2023).

Designer turns plastic waste into furniture // Interior Designer Magazine. 2022. July 8. URL: <https://interiordesignermagazine.co.uk/2022/07/08/designer-turns-plastic-waste-into-furniture> (дата обращения: 09.09.2023).

Eco-style interior: the design of the century // Hackrea. 2020. April 25. URL: <https://www.hackrea.com/stories/eco-style-design-interior-features-and-benefits> (дата обращения: 10.03.2024).

How to choose the most efficient radiators for your home // Interior Designer Magazine. 2024. March 11. URL: <https://interiordesignermagazine.co.uk/2024/03/11/how-to-choose-the-most-efficient-radiators-for-your-home/> (дата обращения: 25.03.2024).

Killegrew R. House Minus.05 by Minus // Interior Designer Magazine. 2022. October 6. URL: <https://interiordesignermagazine.co.uk/2022/10/06/house-minus-05-by-minus> (дата обращения: 01.05.2023).

Lutron unleashes creativity and experiential innovation for vibrant design community // Interior Designer Magazine. 2022. December 9. URL: <https://interiordesignermagazine.co.uk/2022/12/09/lutron-unleashes-creativity-and-experiential-innovation-for-vibrant-design-community> (дата обращения: 18.01.2023).

Lyon S. 31 Home Design Ideas That Will Change the Way We Decorate in 2023 // Architectural Digest Magazine. 2022. December 23. <https://www.architecturaldigest.com/story/home-design-ideas-2023> (дата обращения: 03.12.2023).

Santiago S. 25 Luxury Kitchen Ideas to Steal Right Now // ELLE DECOR. 2024. February 27. URL: <https://www.elledecor.com/design-decorate/room-ideas/g46872759/luxury-kitchen-design-ideas/> (дата обращения: 23.03.2024).

Tilley J. Cult Furniture believes in 'design for all' // Interior Designer Magazine. 2017. August 2. URL: <https://interiordesignermagazine.co.uk/2017/08/02/cult-furniture-believes-design> (дата обращения: 19.05.2023).

Transforming Fabrics with Digital Design // Interior Designer Magazine. 2023. December 12. URL: <https://interiordesignermagazine.co.uk/2023/12/12/transforming-fabrics-with-digital-design> (дата обращения: 16.11.2023).

The V&A to present home interior collaborations at Decorex 2023 // Interior Designer Magazine. 2023. September 26. URL: <https://interiordesignermagazine.co.uk/2023/09/26/the-va-to-present-home-interior-collaborations-at-decorex-2023/> (дата обращения: 16.11.2023).

References

Bel collection provides adaptable bathroomware (2012). *Interior Designer Magazine*. September 11. Available at: <https://interiordesignermagazine.co.uk/2012/09/11/bel-collection-provides-adaptable-bathroomware/> (accessed 16 November 2023).

Collins, J. (2023). 10 Of the Most Expensive Celebrity Homes. *HELLO! Magazine*. February 1. Available at: <https://www.hellomagazine.com/homes/20230131163187/most-expensive-celebrity-homes-taylor-swift-beyonce> (accessed 9 April 2023).

Designer turns plastic waste into furniture (2022). *Interior Designer Magazine*. July 8. Available at: <https://interiordesignermagazine.co.uk/2022/07/08/designer-turns-plastic-waste-into-furniture> (accessed 9 September 2023).

Eco-style interior: the design of the century (2020). *Hackrea*. April 25. Available at: <https://www.hackrea.com/stories/eco-style-design-interior-features-and-benefits> (accessed 10 March 2024).

Filippova, T. A. (2014). *Linguosemiotics of the English-language volunteer discourse*. PhD thesis. Volgograd, 167 p. (In Russian).

How to choose the most efficient radiators for your home (2024). *Interior Designer Magazine*. March 11. Available at: <https://interiordesignermagazine.co.uk/2024/03/11/how-to-choose-the-most-efficient-radiators-for-your-home/> (accessed 25 March 2024).

Killegrew, R. (2022). House Minus.05 by Minus. *Interior Designer Magazine*. October 6. Available at: <https://interiordesignermagazine.co.uk/2022/10/06/house-minus-05-by-minus> (accessed 1 May 2023).

Kirillova, I. K. (2010). *Linguosemiotics of the English-language university discourse*. PhD thesis. Volgograd, 199 p. (In Russian).

Lutron unleashes creativity and experiential innovation for vibrant design community (2022). *Interior Designer Magazine*. December 9. Available at: <https://interiordesignermagazine.co.uk/2022/12/09/lutron-unleashes-creativity-and-experiential-innovation-for-vibrant-design-community> (accessed 18 January 2023).

Lyon, S. (2022). 31 Home Design Ideas That Will Change the Way We Decorate in 2023. *Architectural Digest Magazine*. December 23. Available at: <https://www.architecturaldigest.com/story/home-design-ideas-2023> (accessed 3 December 2023).

Olyanich, A. V. (2004). *Presentation theory of discourse*. Volgograd, Paradigm, 507 p. (In Russian).

Olyanich, A. V. (2019). "Show must go on", or Semiotics of circus discourse. *Communication Studies*, vol. 6, no. 3, pp. 759-775. (In Russian). [https://doi.org/10.25513/2413-6182.2019.6\(3\).759-775](https://doi.org/10.25513/2413-6182.2019.6(3).759-775)

Olyanich, A. V. and Zemskova, A. Yu. (2015). *Linguosemiotics of the English-language gastronomic discourse*. Volgograd, Publishing House of Volgograd State Agrarian University, 392 p. (In Russian).

Santiago, S. (2024). 25 Luxury Kitchen Ideas to Steal Right Now. *ELLE DECOR*. February 27. Available at: <https://www.elledecor.com/design-decorate/room-ideas/g46872759/luxury-kitchen-design-ideas/> (accessed 23 March 2024).

Sklyarova, N. G. (2019). *Linguosemiotics of military and media discourse (on the material of modern English-language media publications)*. Moscow, Infra-M, 88 p. (In Russian). https://doi.org/10.12737/monography_5bf3b8d6198855.02642558

Sklyarova, N. G. (2020). Linguosemiotic representation of the British royal family life in the monarchical media discourse. *Proceedings of Southern Federal University. Philology*, no. 4, pp. 47-55. (In Russian). <https://doi.org/10.18522/1995-0640-2020-4-47-55>

Sklyarova, N. G. (2023). Linguosemiotics of the English-language tourism media discourse (drawing on the material of Internet publications). *Pyatigorsk State University Bulletin*, no. 1, pp. 163-168. (In Russian). https://doi.org/10.53531/25420747_2023_1_163

Sklyarova, N. G. (2024). Football media discourse: linguosemiotic approach (on the material of English publications). *Issues of Cognitive Linguistics*, no. 3, pp. 68-77. (In Russian). <https://doi.org/10.20916/1812-3228-2024-3-68-77>

Sklyarova, N. G. and Lavrukhina, A. V. (2023). Semiotic description of the pandemic media discourse (on the material of English articles on the coronavirus epidemic). *Tomsk State University Journal*, no. 492, pp. 40-49. (In Russian). <https://doi.org/10.17223/15617793/492/5>

Sukhova, E. A. (2016). *Linguosemiotics of agricultural discourse*. Volgograd, Publishing House of Volgograd State Agrarian University, 199 p. (In Russian).

Tilley, J. (2017). Cult Furniture believes in 'design for all'. *Interior Designer Magazine*. August 2. Available at: <https://interiordesignermagazine.co.uk/2017/08/02/cult-furniture-believes-design> (accessed 19 May 2023).

Transforming Fabrics with Digital Design (2023). *Interior Designer Magazine*. December 12. Available at: <https://interiordesignermagazine.co.uk/2023/12/12/transforming-fabrics-with-digital-design> (accessed 16 November 2023).

The V&A to present home interior collaborations at Decorex 2023. (2023). *Interior Designer Magazine*. September 26. Available at: <https://interiordesignermagazine.co.uk/2023/09/26/the-va-to-present-home-interior-collaborations-at-decorex-2023/> (accessed 16 November 2023).

Ufimtseva, A. A. (1998). Sign. *Linguistics. The Large Encyclopedic Dictionary*. Moscow, Big Russian Encyclopedia, p. 167. (In Russian).

Сведения об авторе

Складорова Наталья Геннадиевна – докт. филол. наук, доцент, профессор кафедры теории и практики английского языка Института филологии, журналистики и межкультурной коммуникации, panochka@bk.ru

Information about the Author

Natalya G. Sklyarova – Ph.D. in Philology, associate, professor of Theory and Practice of the English Language Department, Institute of Philology, Journalism and Cross-Cultural Communication, panochka@bk.ru

Статья поступила в редакцию 11.02.2025; одобрена после рецензирования 20.06.2025; принята к публикации 20.06.2025.

The article was submitted 11.02.2025; approved after reviewing 20.06.2025; accepted for publication 20.06.2025.