

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Кемеровский государственный университет»
(КемГУ)

Филология, иностранные языки и медиакоммуникации

Материалы симпозиума в рамках
XV (XLVII) Международной научной конференции
студентов, аспирантов и молодых ученых
«Образование, наука, инновации: вклад молодых исследователей»
Выпуск 21

Об издании – [1](#), [2](#), [3](#)

Кемерово
2020

ББК 75(2Рос-4Кем)73я431
УДК 796/799:379.85
Ф 544

Печатается по решению редакционно-издательского совета
Кемеровского государственного университета

Редакционная коллегия:

Просеков А.Ю. – ректор КемГУ, председатель;

Журавлев Ю.Н. – проректор по стратегическому развитию КемГУ;

Поддубиков В.В. – начальник НИУ.

Ф 544 Филология, иностранные языки и медиакommunikации: материалы симпозиума XV (XLVII) Международной научно-практической конференции «Образование, наука, инновации: вклад молодых исследователей», посвящённой 45-летию Кемеровского государственного университета. [Электронный ресурс] / науч. ред. Ю. В. Подковырин; Кемеровский государственный университет. – Электрон. дан. (объем 6,54 Мб).– Кемерово: КемГУ, 2020. – Вып. 21. –1 электрон. опт.диск (CD-ROM); 12 см. – Систем. требования: Intel Pentium (или аналогичный процессор других производителей), 1,2 ГГц; 512 Мб оперативной памяти; видеокарта SVGA, 1280x1024 High Color (32 bit); 10 Мб свободного дискового пространства; операц. система Windows XP и выше; Adobe Reader. – Загл. с экрана.

ISBN 978-5-8353-2621-1

В сборнике представлены труды студентов, аспирантов и молодых ученых по результатам научно-исследовательских работ.

Работы посвящены актуальным вопросам в области филологии, иностранных языков и медиакommunikаций.

Материалы сборника представляют интерес для научных и научно-технических работников, преподавателей, аспирантов, студентов вузов, а также учащихся средних учебных заведений.

ISBN 978-5-8353-2621-1

УДК 796/799:379.85

ББК 75(2Рос-4Кем)73я431

© Авторы научных статей, 2020

© Кемеровский государственный университет», 2020

Текстовое электронное издание

Минимальные системные требования:

Компьютер: Intel Pentium (или аналогичный процессор других производителей), 1,2 ГГц; ОЗУ 512 Мб; 10 Мб на жестком диске; видеокарта SVGA, 1280x1024 High Color (32 bit); привод CD-ROM.

Операционная система: Windows XP и выше.

Программное обеспечение: Adobe Reader.

© Авторы научных статей, 2020

© Кемеровский государственный университет», 2020

Оглавление

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ КОММУНИКАТИВНОЙ ЛИНГВИСТИКИ..... 19

РЕАЛИЗАЦИЯ ИМПЕРАТИВНОЙ И АЛЬТЕРНАТИВНОЙ МОДАЛЬНОСТИ ТЕКСТА В ПРОЦЕССЕ ЕГО ИНТЕРПРЕТАЦИОННОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ <i>Андреянова О.К.</i>	19
СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТОВ КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ БАНКА <i>Брагина Д.Д.</i>	22
ПРИЕМЫ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ И АДАПТАЦИИ НАУЧНОГО ТЕКСТА ДЛЯ ШИРОКОЙ АУДИТОРИИ <i>Капорина Ю. С.</i>	25
ОСОБЕННОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ В СУБЪЕКТЕ ФЕДЕРАЦИИ (на материале instagram-аккаунта Тувинского республиканского отделения КПРФ) <i>Коваленко А.А.</i>	28
СТРАТЕГИЯ ДЕЛЕГИТИМИЗАЦИИ В АНАЛИТИЧЕСКИХ ОБЗОРАХ ПОЛИТОЛОГА КИРИЛЛА РОГОВА <i>Кукарцева С.М.</i>	30
СОЧИНЕНИЕ-РАССУЖДЕНИЕ КАК РЕАЛИЗАЦИЯ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ <i>Ланцов А. В.</i>	34
ЛИНГВОЮРИДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФИРМЕННЫХ НАИМЕНОВАНИЙ УПРАВЛЯЮЩИХ КОМПАНИЙ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ <i>Мальшева Е.С.</i>	37
РЕЧЕВОЙ ПОРТРЕТ ШКОЛЬНИКА, РЕПРЕЗЕНТИРОВАННЫЙ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ» <i>Медведева Ю. С.</i>	41
РЕЧЕВОЙ ИМИДЖ ЖЕНЩИНЫ-ПОЛИТИКА И МУЖЧИНЫ-ПОЛИТИКА В РОССИИ: СОПОСТАВИТЕЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ <i>Перевозчикова В.А.</i>	45
СОСТОЯНИЕ ИЗУЧЕНИЯ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ <i>Андропова К.Д.</i>	47

НЕЙМИНГОВАЯ ЭКСПЕРТИЗА ЭРГОНИМОВ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ <i>Ушакова А. А.</i>	49
ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДОКУМЕНТ КАК ПОКАЗАТЕЛЬ РАЗВИТИЯ ОРФОГРАФИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ РУССКОГО ЯЗЫКА <i>Францешко А.С.</i>	52
ДИФФАМАЦИОННОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ В РОССИЙСКИХ РЭП-БАТТЛАХ <i>Халилов Р.И.</i>	56
ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ ПЕРСОНАЖА ХУДОЖЕСТВЕННОГО ПРОИЗВЕДЕНИЯ В СТРУКТУРЕ КОММУНИКАТИВНОЙ СИТУАЦИИ <i>Шомиин Д.С.</i>	58
ПЕРЕВОД И ПЕРЕВОДОВЕДЕНИЕ.....	63
ПРОБЛЕМА ПЕРЕВОДА СЛЕНГА (НА ОСНОВЕ РОМАНА ИРВИНА УЭЛША «НА ИГЛЕ») <i>Бойко М.Ю.</i>	63
ПРАГМАТИЧЕСКАЯ АДАПТАЦИЯ ПРИ ПЕРЕВОДЕ КИНОТЕКСТА С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ (НА МАТЕРИАЛЕ ФИЛЬМОВ ДЭВИДА ФИНЧЕРА "СЕМЬ" И "БОЙЦОВСКИЙ КЛУБ") <i>Гатилова А.В.</i>	65
ПЕРЕВОД ТОПОНИМОВ В КНИГАХ, НАПИСАННЫХ НА ОСНОВЕ СЕРИИ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР «WARCRAFT» <i>Замуруева С.П.</i>	68
ПРИЕМЫ ПЕРЕВОДА ТОПОНИМОВ В ТЕКСТЕ РОМАНА М. БУЛГАКОВА «МАСТЕР И МАРГАРИТА» <i>Усацкая Е.И.</i>	71
АНАЛИЗ ФОРМУЛ ОБРАЩЕНИЙ В РУССКОЙ, КИТАЙСКОЙ И КОРЕЙСКОЙ КУЛЬТУРАХ <i>Ра Ди О.</i>	75
ЭВФЕМИЗМ КАК СРЕДСТВО ПРЕОДОЛЕНИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ НЕУДАЧ (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО И КИТАЙСКОГО ЯЗЫКОВ) <i>Скрябикова В. В.</i>	78
ЭКЗОТИЗМ КАК КЛЮЧЕВОЕ ПОНЯТИЕ КУЛЬТУРЫ ДРУГОГО НАРОДА <i>Фролова С. А.</i>	81

СЛАВЯНСКОЕ ФЭНТЕЗИ: ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА <i>Яцун О.О.</i>	83
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ.....	86
«ФЕЙКОВЫЕ» ЗАГОЛОВКИ ИНФОРМАЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ В РОССИЙСКИХ СМИ (НА МАТЕРИАЛЕ ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЙ) <i>Алексеевко Т.В.</i>	86
ОЦЕНКА ЭКРАНИЗАЦИИ РОМАНА И. С. ТУРГЕНЕВА «ОТЦЫ И ДЕТИ» А. СМЕРНОВОЙ В КИНОРЕЦЕНЗИЯХ 2008-2012 ГОДОВ <i>Варенникова Е. А.</i>	88
ВУЗ КАК ОБЪЕКТ БРЕНДИНГА (НА ПРИМЕРЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕСС-СЛУЖБЫ КЕМЕРОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА) <i>Горохова М.В.</i>	92
ЖУРНАЛИСТИКА КАК ИНДИКАТОР СОЦИАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ В АВТОРСКОМ КИНО <i>Мальцев А.С.</i>	95
ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ПЕРИОДИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ В РОССИИ И ЕГО ТИПОЛОГИЯ <i>Матяж В.В.</i>	100
КОНЦЕПТ НАУКИ НА ПОРТАЛЕ «ПОСТНАУКА» <i>Мельникова А.Р.</i>	102
САТИРИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ МЕМОВ В ПРОГРАММЕ ТИГРАНА КЕОСЯНА «МЕЖДУНАРОДНАЯ ПИЛОРАМА». <i>Шишкина Н.Е.</i>	106
МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ МЕДИАКАРТИНЫ МИРА В АМЕРИКАНСКОЙ ПРЕССЕ (ПО МАТЕРИАЛАМ ИЗДАНИЯ <i>THE NEW YORK TIMES</i>) <i>Бондаренко А. И.</i>	110
ФУНКЦИОНАЛЬНО-ПРАГМАТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЙ В ДИСКУРСЕ СОВРЕМЕННОЙ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ КАЧЕСТВЕННОЙ И ТАБЛОИДНОЙ ПРЕССЫ <i>Бондаренко Н.В.</i>	114
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКИ	118

САНКЦИИ КАК КЛЮЧЕВОЕ СЛОВО РОССИЙСКОГО МЕДИАДИСКУРСА <i>Баумтрок И.А.</i>	118
ЛЮБОВЬ КАК АКСИОЛОГИЧЕСКАЯ ДОМИНАНТА ДЕВИЧЬЕГО АЛЬБОМА <i>Горвая Я.О., Рабенко Т.Г.</i>	121
ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИИ К ВИДЕОРОЛИКАМ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ КАК СПОСОБ ВЫРАЖЕНИЯ ЛЕГИТИМНОСТИ <i>Девятяров Д.В.</i>	126
ЮРИДИЧЕСКИЙ ТЕКСТ КАК ОБЪЕКТ СИСТЕМНОГО СЕМАСИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА <i>Иркова А.В.</i>	130
СОВРЕМЕННЫЕ ПАРАДИГМЫ ЯЗЫКОЗНАНИЯ.....	134
СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ СКРЫТОЙ РЕКЛАМЫ В РАЗНЫХ ВИДАХ ДИСКУРСА <i>Идемешова А. Н.</i>	134
ВЛИЯНИЕ ФАКТОРА АДРЕСАТА НА СУДЕБНУЮ РЕЧЬ	136
<i>Люнгрин В. А.</i>	136
ЭВФЕМИЗМЫ В СУДЕБНОЙ РЕЧИ <i>Халиман М. Б.</i>	138
РЕКЛАМА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В КИТАЕ (НА МАТЕРИАЛЕ САЙТА ЯЗЫКОВОЙ ШКОЛЫ) <i>Цимбалова Т. Е.</i>	142
РЕЧЕВАЯ СТРАТЕГИЯ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ В АВТОБИОГРАФИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ <i>Чертенкова И. В.</i>	146
ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ПРИЁМЫ СОЗДАНИЯ ОБРАЗА ГЕРОИНИ АНТИУТОПИИ М. ATWOOD “THE HANDMAID`S TALE” <i>Шот Ю.С.</i>	149
ТИПЫ КОНФЛИКТОВ В ДНЕВНИКОВОМ ЖАНРЕ <i>Штерцер Т.В.</i>	153
ПРОБЛЕМЫ МЕТОДИКИ ПРЕПОДАВАНИЯ ФИЛОЛОГИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН В ШКОЛЕ И ВУЗЕ.....	157

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ МЕТАТЕКСТА КАК ЭКСПЛИКАТОРА МЕТАЯЗЫКОВОГО УРОВНЯ ИЗУЧЕНИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА КАК ИНОСТРАННОГО	
<i>Алексеева Д. О.</i>	157
ОБУЧЕНИЕ ВЗРОСЛЫХ ГОВОРЕНИЮ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ	
<i>Байлук А. И.</i>	161
МЕТОД ПРОЕКТОВ КАК СПОСОБ ОРГАНИЗАЦИИ ГРУППОВОЙ РАБОТЫ УЧАЩИХСЯ И ЕЕ КОНТРОЛЯ НА УРОКАХ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА	
<i>Судачакова Е. Н.</i>	164
ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ ЛЮДЕЙ ТРЕТЬЕГО ВОЗРАСТА	
<i>Швец Д.А.</i>	168
МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ УЧИТЕЛЕЙ ПО РАБОТЕ С АВТОРСКОЙ СКАЗКОЙ Г.Х. АНДЕРСЕНА «СОЛОВЕЙ»	
<i>Арисова Н. С.</i>	170
ФОРМИРОВАНИЕ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ У ОБУЧАЮЩИХСЯ НА ОСНОВЕ ИЗУЧЕНИЯ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	
<i>Захарина Ф.И.</i>	174
ТВОРЧЕСКАЯ РАБОТА НА УРОКАХ ЛИТЕРАТУРНОГО ЧТЕНИЯ В НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЕ (на материале драматизации)	
<i>Илясова Я. С.</i>	177
ПРОЕКТНАЯ МЕТОДИКА «ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ СЛОВА» И ЕЕ РОЛЬ В ОБУЧЕНИИ РУССКОМУ ЯЗЫКУ	
<i>Красникова Г.О.</i>	181
КОММУНИКАТИВНО-ДЕЯТЕЛЬНОСТНЫЙ ПОДХОД НА УРОКАХ ЛИТЕРАТУРЫ, ПОСВЯЩЕННЫХ ПРОБЛЕМЕ НАЗВАНИЯ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА	
<i>Парастаев П. С.</i>	183
ИНТЕГРАЦИЯ ЧЕШСКОГО ЯЗЫКА КАК КОМПОНЕНТА СЛАВЯНСКОЙ ФИЛОЛОГИИ В ШКОЛЬНЫЙ КУРС ПО РУССКОМУ ЯЗЫКУ	
<i>Писаренко С.А.</i>	186
МЕТОДИКА ИЗУЧЕНИЯ УРОВНЯ ШКОЛЬНОЙ АДАПТАЦИИ ДЕТЕЙ С НАРУШЕНИЯМИ СЛУХА	
<i>Соколова Е.Г.</i>	189

ГЕНДЕРНОЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ШКОЛЬНЫХ СОЧИНЕНИЙ ПО КАРТИНЕ	
<i>Степанова А.А.</i>	192
РАБОТА СО СЛОВАРЯМИ И ЕЕ РОЛЬ В ПОПОЛНЕНИИ СЛОВАРНОГО ЗАПАСА ОБУЧАЮЩИХСЯ	
<i>Юнусова Д. Р.</i>	195
КОГНИТИВНО-ДИСКУРСИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ.....	200
ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ ФРЕДДИ МЕРКЬЮРИ (НА МАТЕРИАЛЕ ТЕКТОВ ПЕСЕН ГРУППЫ “QUEEN”)	
<i>Абраамян Т.Т.</i>	200
СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ ЛЕГИТИМИЗИРУЮЩЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОППОЗИЦИОННЫХ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПАРТИЙ (НА МАТЕРИАЛЕ ВЫСКАЗЫВАНИЙ О ПЕНСИОННОЙ РЕФОРМЕ)	
<i>Артемова К.А.</i>	204
ОБЫДЕННОЕ ПОЛИТИЧЕСКОЕ СОЗНАНИЕ РУССКИХ И КИТАЙЦЕВ: ЛИНГВОПЕРСОНОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ	
<i>Васильева А.О.</i>	207
РОЛЬ ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНЫХ СРЕДСТВ В СОЗДАНИИ ОБРАЗА АНТИГЕРОЯ В РОМАНЕ ТОМАСА ХАРРИСА «МОЛЧАНИЕ ЯГНЯТ» («THE SILENCE OF THE LAMBS»)	
<i>Грабец Д. К.</i>	210
КОГНИТИВНАЯ МЕТАФОРА «ЛЮБОВЬ» В ИДИОСТИЛЕ МАЙКЛА ДЖЕКSONА	
<i>Калугина Е.А.</i>	212
ТРЕЙЛЕР КИНОФИЛЬМА КАК РЕКЛАМНЫЙ МЕДИАТЕКСТ (НА МАТЕРИАЛЕ СОВРЕМЕННОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)	
<i>Лысенко А. Р.</i>	216
ЭКФРАСТИЧЕСКОЕ ПРОЧТЕНИЕ СОВРЕМЕННОЙ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПОЭЗИИ (НА МАТЕРИАЛЕ СБОРНИКА «THREE MEN ON THE METRO»)	
<i>Пащенко М.М.</i>	219
ФИТОМОРФНАЯ МЕТАФОРА КАК СПОСОБ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА В ПЕДАГОГИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ К.Д.	

УШИНСКОГО	
<i>Портнягина Д.А.</i>	221
ИЕРОГЛИФЕЧЕСКИЕ НАИМЕНОВАНИЯ СПОРТСМЕНОВ КАК ДЕТЕРМИНАНТЫ ИЕРОГЛИФИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ КИТАЙЦЕВ	
<i>Русякова М. С.</i>	225
ПРОБЛЕМЫ ПОЭТИКИ РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ФОЛЬКЛОРА.....	228
ОСОБЕННОСТИ ЛЕКЦИЙ В. НАБОКОВА (на примере лекций по русской и зарубежной литературе)	
<i>Белобородова Е.Д.</i>	228
ОБРАЗЫ ДЕТЕЙ В РОЖДЕСТВЕНСКИХ РАССКАЗАХ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ КОНЦА XIX -НАЧАЛА XX ВВ.	
<i>Бочарова Д.С.</i>	232
ПОЭТИКА «ПАРИЖСКОЙ НОТЫ» В ИЗБРАННЫХ СТИХОТВОРЕНИЯХ ЮРИЯ МАНДЕЛЬШТАМА	
<i>Варина Е.А.</i>	235
ЖЕНСТВЕННОСТЬ КАК ОСОБАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАННЕЙ ЛИРИКИ АННЫ АХМАТВОЙ	
<i>Грибкова. Д.Д.</i>	237
СЕМАНТИКА БИБЛЕЙСКОГО МОТИВА В РОМАНЕ-ДЕТЕКТИВЕ Б. АКУНИНА «АЗАЗЕЛЬ»	
<i>Дрожжина Е.Н.</i>	240
ПОЭТИКА НАЗВАНИЯ КНИГИ З.ПРИЛЕПИНА	
<i>Корепанова Н.В.</i>	244
РЕАЛИЗАЦИЯ ВРУБЕЛЕВСКОГО ЭКФРАСИСА В ТВОРЧЕСТВЕ АЛЕКСАНДРА БЛОКА	
<i>Крупина К.А.</i>	246
ОБРАЗЫ СВЕТА И ТЬМЫ В РЕМАРКАХ ПЬЕСЫ М.ГОРЬКОГО «НА ДНЕ»	
<i>Лузина А.С.</i>	248
ФИГУРА ЛАКЕЯ В ПРОИЗВЕДЕНИИ А.П.ЧЕХОВА «СТЕПЬ» И ЕЁ СМЫСЛ	
<i>Лазуткина А.В.</i>	251

БЛИЗНЕЧНЫЕ МОТИВЫ В ПОЭТИЧЕСКОЙ КНИГЕ АННЫ ПРИСМАНОВОЙ «БЛИЗНЕЦЫ» <i>Макаренко В.В.</i>	254
ОБРАЗ ЛИРИЧЕСКОЙ ГЕРОИНИ В АЛЬБОМЕ ЗЕМФИРЫ «ЖИТЬ В ТВОЕЙ ГОЛОВЕ» <i>Медведева К. В.</i>	258
ФАНТАСТИЧЕСКОЕ В НОВЕЛЛАХ С. КРЖИЖАНОВСКОГО <i>Пунегова П.П.</i>	261
МАГИСТРАЛЬНЫЕ ОЛЬФАКТОРНЫЕ ОБРАЗЫ И МОТИВЫ В СБОРНИКАХ РАННЕЙ ЛИРИКИ Б. ПАСТЕРНАКА <i>Рогожникова С.Ю.</i>	263
МОТИВ ДУХОВНОГО ПУТИ В ПОВЕСТИ А. ПЛАТОНОВА «КОТЛОВАН» <i>Углова Д.В.</i>	267
ТИПОЛОГИЯ ГЕРОЕВ В ЦИКЛЕ И.А. БУНИНА «ТЕМНЫЕ АЛЛЕИ» (НА ПРИМЕРЕ РАССКАЗА «РЕЧНОЙ ТРАКТИР») <i>Юнг Д. А.</i>	270
ТОПОНИМИЧЕСКИЕ ПРЕДАНИЯ О ПОСЕЛКЕ ЯЯ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ <i>Рузаева И. В.</i>	274
ОБРАЗ ДОМА В ДЕТСКИХ СТРАШНЫХ РАССКАЗАХ <i>Шматкова Е.А.</i>	277
АНТИНОМИЧНОСТЬ КАК ПРИНЦИП ПОЭТИКИ ПЬЕСЫ «ПИР ВО ВРЕМЯ ЧУМЫ» А. С. ПУШКИНА <i>Яровая А.О.</i>	281
ВОСТОЧНЫЕ ЯЗЫКИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИЗУЧЕНИЯ 285	
КИТАЙСКИЕ ЗАГАДКИ КАК СПОСОБ ПОЗНАНИЯ МИРА (НА МАТЕРИАЛЕ ДЕТСКОЙ РЕЧИ) <i>Аксиненко Е. А.</i>	285
БИОНИМ «ЗМЕЯ» В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ: ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ <i>Беднякова Т.В.</i>	288

СПЕЦИФИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗООЛЕКСЕМ В КИТАЙСКОЙ И РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ (НА МАТЕРИАЛЕ ПРИМЕТ)	
<i>Ведмедь С. А.</i>	293
СТЕРЕОТИПНЫЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О ЖЕНЩИНЕ В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ	
<i>Забродина Е.А.</i>	296
СТЕРЕОТИПЫ О ГЕНДЕРНЫХ РОЛЯХ В РОССИИ, КИТАЕ И США	
<i>Загляда З.И.</i>	300
СИСТЕМНО-СТРУКТУРНЫЙ АСПЕКТ ИЗУЧЕНИЯ ЛЕКСИЧЕСКИХ СИНОНИМОВ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА (НА ПРИМЕРЕ ТЕМАТИЧЕСКОЙ ГРУППЫ «ОДЕЖДА»)	
<i>Ильина А.П.</i>	303
«БЕДНОСТЬ» И «БОГАТСТВО» КАК ОБЪЕКТЫ ЭВФЕМИЗАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО И КИТАЙСКОГО ЯЗЫКОВ)	
<i>Карпович П. В.</i>	307
ОСОБЕННОСТИ МИРОВИДЕНИЯ РУССКИХ, КИТАЙЦЕВ И ТЮРКОВ ЧЕРЕЗ ПАРЕМИИ О ГЛУПОСТИ ЧЕЛОВЕКА	
<i>Керексибесова У. В.</i>	311
ЭВФЕМИЗАЦИЯ ЛЮБВИ И ЕЕ ПРОЯВЛЕНИЙ В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ	
<i>Коллер А. Е.</i>	314
РОССИЙСКИЙ И КИТАЙСКИЙ ТУРИСТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС: АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ (на материале интернет-отзывов)	
<i>Маганова А.А.</i>	318
ЭТНОКУЛЬТУРНЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ ПОСЛОВИЦ О ГНЕВЕ (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО И КИТАЙСКОГО ЯЗЫКОВ)	
<i>Найданова А.В.</i>	322
ДЕЛОВОЕ ПИСЬМО В МЕЖДУНАРОДНОЙ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ (на материале русского и китайского языков)	
<i>Николаенко Е.А.</i>	326
СПЕЦИФИКА ЗАГОЛОВКОВ СОВРЕМЕННЫХ СМИ (НА ПРИМЕРЕ КИТАЙСКИХ ЗАГОЛОВКОВ О РОССИИ)	
<i>Николаенок Ю. А.</i>	330

ПОГОДНЫЕ ПРИМЕТЫ В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ <i>Понкратова А. М.</i>	333
ФОРМУЛЫ ОБРАЩЕНИЯ В КИТАЙСКОЙ, КОРЕЙСКОЙ И РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ <i>Ра Ди О</i>	337
СПЕЦИФИКА РЕЧЕВОГО ЭТИКЕТА В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ (НА ПРИМЕРЕ ФОРМ ОБРАЩЕНИЯ) <i>Тарасова А. А.</i>	346
СЕМАНТИКА ЦВЕТА ВО ФРАЗЕОЛОГИЗМАХ РУССКОГО И КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА <i>Терёхина М.С.</i>	350
СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА РЕАЛИЙ РУССКОЙ КУЛЬТУРЫ В АНГЛИЙСКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ (НА МАТЕРИАЛЕ ЖАНРА ПУТЕВОДИТЕЛЯ) <i>Фролова С. А.</i>	353
БЫТОВЫЕ ПРИМЕТЫ В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ <i>Юрова К. А.</i>	357
ДИСКУРСИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ЯЗЫКА.....	362
АКТУАЛИЗАЦИЯ ИНДИВИДУАЛЬНО-АВТОРСКОЙ КАРТИНЫ МИРА В МЕДИЦИНСКОМ ХУДОЖЕСТВЕННОМ ДИСКУРСЕ <i>Петренко В.В.</i>	362
СРЕДСТВА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КАТЕГОРИИ ЭМОТИВНОСТИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ СПОРТИВНОМ ДИСКУРСЕ <i>Предигер Т.В.</i>	366
ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ ГЕРОЯ-БОРЦА В КИНОДИСКУРСЕ (на материале сериала «Сверхъестественное») <i>Сабельникова Д.А.</i>	369
ВАРИАТИВНОСТЬ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ ПИСАТЕЛЯ В РАЗНЫХ ТИПАХ ДИСКУРСА (НА МАТЕРИАЛЕ ТЕКСТОВ Д. ХАРМСА И Н. ЗАБОЛОЦКОГО) <i>Степанова А. И.</i>	373

ШКОЛЬНЫЙ ЧАТ КАК НОВЫЙ ФОРМАТ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ДИСКУРСА <i>Торопова С. В.</i>	376
ЛИНГВО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АМЕРИАНСКОГО ЮРИДИЧЕСКОГО ДИСКУРСА <i>Франк Р.Т.</i>	379
ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ КОММУНИКАТИВНОЙ СИТУАЦИИ НА ФОНЕТИЧЕСКУЮ ИНТЕРФЕРЕНЦИЮ В АНГЛИЙСКОЙ РЕЧИ РОССИЯН <i>Шапорт А. А.</i>	383
ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА (ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ).....	388
ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКОВОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ФЕНОМЕНОВ (на материале произведений Стивена Кинга) <i>Баушева Н. К.</i>	388
ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТЬ И ИНТЕРТЕКСТ В РОМАНЕ Д. МИТЧЕЛЛА «ОБЛАЧНЫЙ АТЛАС» <i>Герасенко А. И.</i>	391
ЖЕНСКИЕ ОБРАЗЫ В ИДИОСТИЛЕ А. КАРТЕР НА МАТЕРИАЛЕ СБОРНИКА «THE BLOODY CHAMBER» <i>Дамченко А. И.</i>	393
ЛИНГВОКУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА ОПИСАНИЯ ИРЛАНДСКОЙ ЗЕМЛИ В СОВРЕМЕННОЙ ИРЛАНДСКОЙ ПРОЗЕ И ПОЭЗИИ <i>Овчинникова А.С.</i>	396
КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МЕТАФОРА «ЗОНЫ» В ОРИГИНАЛЕ И ПЕРЕВОДЕ ФАНТАСТИЧЕСКОЙ ПОВЕСТИ «ПИКНИК НА ОБОЧИНЕ» БРАТЬЕВ СТРУГАЦКИХ <i>Пискунова В. В.</i>	399
К ВОПРОСУ О ПРЕЦЕДЕНТНОМ ИМЕНИ КАК СПОСОБЕ РЕАЛИЗАЦИИ ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТИ В РОМАНЕ АНТОНИИ БАЙЕТТ «ДЕТСКАЯ КНИГА» <i>Полянская В.Е.</i>	402
КАТЕГОРИЯ КОМИЧЕСКОГО В ИДИОСТИЛЕ МАРТИНА МАКДОНАХА <i>Усатова А. С.</i>	404

РЕАЛИЗАЦИЯ ПОЛИЖАНРОВОСТИ В РОМАНЕ ДЭВИДА МИТЧЕЛЛА "ОБЛАЧНЫЙ АТЛАС"	
<i>Хорешок П.В.</i>	409
ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ	413
РЕЧЕВОЙ ПОРТРЕТ ЧЛЕНА ЖЮРИ ШОУ "THE VOICE"	
<i>Алфеева Е.В.</i>	413
МАНИПУЛЯТИВНЫЕ ПРИЕМЫ ВЕРБАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (на материале публичных выступлений Д. Трампа и Б. Джонсона)	
<i>Доценко А.А.</i>	416
ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ВОСПРИЯТИЯ И ОЦЕНКИ ПУБЛИЧНОГО ВЫСТУПЛЕНИЯ МОТИВАЦИОННЫХ ОРАТОРОВ В РОССИИ И КИТАЕ	
<i>Сивков А. А.</i>	419
ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИИ И СОЦИОЛИНГВИСТИКИ.....	424
НЕБЫЛИЦЫ КАК ФОРМА ПОЗНАНИЯ МИРА ДЕТЬМИ В РАМКАХ РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЫ	
<i>Беляева Д. А.</i>	424
ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ МОНИТОРИНГ СОЦИАЛЬНОЙ НАПРЯЖЕННОСТИ РЕГИОНА	
<i>Белявская Л. А.</i>	427
КОНЦЕПТ СВОБОДЫ В АМЕРИКАНСКИХ ФОЛЬКЛОРНЫХ БАЛЛАДАХ	
<i>Карпенко М. В.</i>	430
МОДЕЛИРОВАНИЕ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОГО ТИПАЖА "ИММИГРАНТ"	
<i>Коваленко Е.О.</i>	434
ТЕОРИЯ КОНФЛИКТОВ В МЕЖКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЯХ	
<i>Милославская Р.А.</i>	437
СТИЛИСТИЧЕСКАЯ МАРКИРОВАННОСТЬ НАИМЕНОВАНИЙ ДЕНЕЖНЫХ ЕДИНИЦ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ	
<i>Черников Е.В.</i>	440

ЯВЛЕНИЕ ПОЛИТКОРРЕКТНОСТИ, КАК СЛЕДСТВИЕ ТАБУИРОВАНИЯ В
СОВРЕМЕННЫХ НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ МЕДИА-ТЕКСТАХ

Шульгина А.Е. 442

**РЕЧЕВОЕ ЖАНРОВЕДЕНИЕ И АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ
ТЕКСТА..... 446**

ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ НЕВЕРБАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ В РОМАНЕ М. А.
БУЛГАКОВА «МАСТЕР И МАРГАРИТА»

Адайкина А. В. 446

ЗАГАДКИ В РЕЧИ ДЕТЕЙ КАК ОТРАЖЕНИЕ ИХ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЫ МИРА

Аксиненко Е. А. 448

ФУНКЦИОНАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТОВ ЖАНРА
«COMMENCEMENT SPEECH» В АНГЛИЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ

Кузьмина Н.В. 452

ВОЕННАЯ ТЕМАТИКА В ЭПИСТОЛЯРИИ И МЕМУАРИСТИКИ

Лебедева А.С. 455

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ ТЕКСТА

Мельник А.А. 458

СОВРЕМЕННАЯ ДЕЛОВАЯ ПЕРЕПИСКА: КОММУНИКАТИВНЫЙ АСПЕКТ

Сафина И. М. 461

ЦЕННОСТНАЯ КАРТИНА МИРА АВТОРА АРМЕЙСКОГО ПИСЬМА:
СОЦИАЛЬНЫЙ И ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Славинская Е.С. 463

ВУЗОВСКОЕ ОБЪЯВЛЕНИЕ В АСПЕКТЕ КОММУНИКАТИВНО
СЕМИОТИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ Н. Б. ЛЕБЕДЕВОЙ: СУБСТАНЦИОНАЛЬНЫЕ
ФАЦИЕНТЫ ЕСТЕСТВЕННОЙ ПИСЬМЕННОЙ РЕЧИ

Сухоиваненко Ю.В. 466

ПИСЬМО ИЗ АРМИИ КАК ПРОЯВЛЕНИЕ АВТОРСКОГО НАЧАЛА

Чиркунова А.А. 468

ЧЕХОВСКИЕ МОТИВЫ В РАССКАЗАХ ЭЛИС МАНРО

Шубарева Т.А. 471

РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ В ЖАНРЕ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОЙ ЛЕКЦИИ <i>Юнг Д. А.</i>	473
ЯЗЫК ИНТЕРНЕТА И РЕКЛАМЫ	478
ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ФОРМИРОВАНИЯ ОБРАЗА ПОЛИТИКА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ <i>Алексеева Н.В.</i>	478
СПЕЦИФИКА ВОСПРИЯТИЯ ЯЗЫКА ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ ЭКСПЕРИМЕНТА) <i>Бедарев А. А.</i>	481
РИТОРИКО-КРИТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ КИТАЙСКОЙ РЕКЛАМЫ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ <i>Белова М. С.</i>	486
КОММУНИКАТИВНЫЙ ПОРТРЕТ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ШКОЛЬНИКА (НА МАТЕРИАЛЕ АНКЕТИРОВАНИЯ) <i>Денисов С. А.</i>	488
МОЛОДЁЖНЫЙ ЭКСТРЕМИЗМ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ <i>Денисова К.С.</i>	492
ВИЗУАЛЬНЫЕ И ВЕРБАЛЬНЫЕ МЕТАФОРЫ В РУССКОЯЗЫЧНОЙ И АНГЛОЯЗЫЧНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ <i>Ладан И.А.</i>	496
ПРИНЦИПЫ РЕАЛИЗАЦИИ НАТИВНОЙ РЕКЛАМЫ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ СЕКМЕНТЕ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ “INSTAGRAM” <i>Лаздан А.Л.</i>	498
СЛЕНГ СОВРЕМЕННОЙ ИНТЕРНЕТ-КУЛЬТУРЫ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯХЫКАХ <i>Ксенофонтова В.С.</i>	500
ВИЗУАЛЬНАЯ МЕТАФОРА В ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЕ <i>Ластовка Е. Ю.</i>	503
НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ В СФЕРЕ ПЕРЕСЕЧЕНИЯ ЯЗЫКА И ПРАВА <i>Пшеничникова Ю.А.</i>	507

СТРАТЕГИИ И ПРИЕМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ВНИМАНИЯ ПОКУПАТЕЛЯ В
ОБЪЯВЛЕНИЯХ ТОРГОВОЙ ПЛОЩАДКИ “ALIEXPRESS”.

Хрущев В. В. 513

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА В РЕКЛАМЕ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ (НА МАТЕРИАЛЕ
АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)

Цицьян А. А. 514

СПЕЦИФИКА РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСА И ОСОБЕННОСТИ ЕГО ПРОЯВЛЕНИЯ В
СОЦИАЛЬНОЙ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЕ

Юнг Д. А. 518

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ КОММУНИКАТИВНОЙ ЛИНГВИСТИКИ

УДК 81-114

РЕАЛИЗАЦИЯ ИМПЕРАТИВНОЙ И АЛЬТЕРНАТИВНОЙ МОДАЛЬНОСТИ ТЕКСТА В ПРОЦЕССЕ ЕГО ИНТЕРПРЕТАЦИОННОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

Андреянова О.К.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

LailyTish@yandex.ru

Основное содержание исследования составляет изучение реализации определённой модальности текста в коммуникативном пространстве адресата. Рассматривается реализация императивной и альтернативной модальности текста. Основной целью работы является установление факторов, влияющих на реализацию модальности текста. Исследование реализации модальности текста сосредоточено на данных исходного текста, изучении языковых средств передачи модальности, которая затем реализуется в пространстве речевой деятельности субъекта-интерпретатора.

Ключевые слова: модальность, интерпретация, адресат, императивная модальность, альтернативная модальность, реализация модальности.

IMPLEMENTATION OF IMPERATIVE AND ALTERNATIVE MODALITY OF THE TEXT IN THE PROCESS OF INTERPRETATION FUNCTIONING

Andreianova O.K.

Kemerovo State University

The main content of the research is the study of the implementation of a certain modality of the text in the communicative field of the addressee. The prospect of studying the implementation of the imperative and alternative modality of the text is considered. The main goal of the work is the establishment and classification of factors affecting the implementation of the modality of the text. The basic concepts of modern linguistics in the field of interpretation and variability of the text are considered. The study of the implementation of the modality of the text is focused on the source text data, the study of the language means of transmitting the modality, which is then implemented in the field of the speech activity of the interpreter.

Key words: modality, interpretation, communication, imperative modality, alternative modality, implementation of modality.

Предлагаемая работа посвящена рассмотрению реализации модальности текста в процессе его интерпретационного функционирования в пространстве адресата-интерпретатора. Непосредственным материалом исследования являются интерпретирующие тексты как результат восприятия адресатом исходных (интерпретируемых) текстов с целью выявления модальности исходного текста и механизмов её реализации в интерпретирующем тексте. Актуальность исследования обусловлена, с одной стороны, необходимостью изучения текста как носителя вариативного смыслового потенциала и его реализации в речевой деятельности адресата [1].

Цель нашей работы – выявить императивную и альтернативную модальность текста и установить факторы, влияющие на её реализацию.

Современные лингвистические исследования посвящены, как правило, модальности художественного текста (например, работы П. В. Каштановой [2]), а также реализации модальности в конкретных речевых и текстовых жанрах. Исследований в области конкретно императивной и альтернативной модальности текста и её реализации очень мало. М. Ю. Аносян [3] рассматривает императивную модальность в её соотношении с категорией побуждения. Также большое внимание уделяется соотношению реализаций определённой модальности в разных языках.

Текст обладает множественным смысловым потенциалом, который реализуется в процессе рецептивно-интерпретационной деятельности адресата. Полиинтерпретационный потенциал текста включает в себя объективную и субъективную модальность, которая также предполагает механизмы её реализации. Исследование реализации модальности текста осуществляется методом лингвистического интерпретационного эксперимента. Цель эксперимента заключается в выявлении полиинтерпретационного потенциала текста, а также установлении языковых механизмов его реализации. Гипотеза заключается в следующем: любой текст в процессе его интерпретационного функционирования реализует полиинтерпретационный смысловой потенциал, содержащий компоненты модальности. Материалом для проведения эксперимента являются тексты объявлений об аренде недвижимости. Участники эксперимента – студенты института филологии, иностранных языков и медиакоммуникаций.

Респондентам была предложена следующая анкета:

Представьте, что Вам необходимо снять квартиру, и в рубрике «Недвижимость» Вы прочитали следующее объявление:

Сдам в аренду жильё 3 - комн. Недорого! Т. 89093334581

1.

1) *О чём это объявление?*

2) *Станете ли Вы снимать предполагаемое жильё?*

Свои ответы прокомментируйте.

Организация эксперимента обусловлена следующими факторами. При ответе на первый вопрос реализуется локутивное, т.е. языковое значение текстовой формы, его объективная модальность. При ответе на второй вопрос происходит реализация перлокутивного значения, или лингвопрагматический потенциал текста, его субъективная модальность.

В результате эксперимента было получено 24 ответа на **первый вопрос** анкеты:

1. «Информация о сдаче (трехкомнатной) квартиры в аренду» (17 ответов; 70,83%):

О предложении сдачи квартиры; Объявление является предложением жилья для аренды; Объявление об аренде 3х комнатной квартиры; О сдаче 3-комн. жилья в аренду; О сдаче жилья в аренду; О сдаче жилья; О сдаче квартиры; О сдаче аренды квартиры; О сдаче в аренду трехкомнатного жилья; Об аренде жилья; О том, что сдают квартиру; О том, что сдаётся жильё.

2. «Информация о сдаче в аренду доступной по цене квартиры» (3 ответа; 12,5%):

О сдаче в аренду квартиры, в которой 3 комнаты, цена может быть доступной; О недорогой сдаче в аренду жилья (3-комн.); Объявление о том, что сдаётся какое-то жилое помещение, в котором есть три комнаты. Также уточняется, что по стоимости жильё не дорогое.

3. «Информация о поиске людей, желающих снять жильё» (1 ответ; 4,16%):

О том, что человек ищет других людей, которые возьмут у него помещение в аренду.

4. Остальные респонденты не дали ответа на первый вопрос (2 ответа; 8,3%).

Ответы участников эксперимента позволяют выявить особенности интерпретационного процесса и механизм реализации объективной модальности. Так, в процессе интерпретации

респонденты строят свои ответы на толковании лексемы *жилье*, выявляя смысл текста из семантики его ключевой лексемы. Остальные 8 респондентов оперируют при составлении своих текстов лексемой *квартира*. В ответах респондентов данной группы реализуется механизм преобразования (модификации) содержания исходного текста. При этом сохраняется объективная модальность.

Ответы на **второй вопрос** показывают что большинство респондентов (17 ответов; 70,83%) ответили, что не станут арендовать квартиру по данному объявлению по причине отсутствия в объявлении какой-либо необходимой для них информации. Результаты представлены следующими интерпретирующими текстами:

Не стану снимать предполагаемое жилье, т.к. информации недостаточно для меня! Мне и нет необходимости снимать 3х-комн. жилье; Нет, т.к. недостаточно информации о стоимости и местонахождении; Снимать не буду, т.к. не указан адрес, нет какой-либо доп. информации. Не указано, можно ли с животными или нет. Кол-во спальных мест, наличие мебели; Нет, т.к. мало информации. Как-то не вызывает доверия; Не стала бы снимать, т.к. непонятно, какое именно жилье и стоимость; «Я бы не стала снимать предполагаемое жилье, потому что: 1) не указано, какого типа это жилье: дом, квартира; 2) не указано местонахождение жилья, нужно указать хотя бы район, например; 3) не указан этаж и не описано состояние квартиры, наличие мебели и т.д.; Я бы не стала снимать это жилье. Во-первых, объявление не информативно. Где находится эта квартира? В каком районе? Какая у нее площадь? Недорого – это сколько? В каком состоянии находится эта квартира? Могу ли я проживать тут с семьей/ребенком/собакой/кошкой или только одна?; Скорее нет, чем да, т.к. вызывает сомнения понятие «недорого» для 3ех-ком. квартиры, к тому же нет приложения фотографий. В-третьих, 3ех-комн. квартира меня не интересует!; Нет. Во-первых, я не знаю точную сумму (поэтому не смогу сравнить с другими предложениями и понять, подходит ли мне цена). Во-вторых, мне не хватает имени арендодателя. Если сложить из всех этих недочетов, я пройду мимо данного объявления, выберу другое; Непонятно, имеется в виду трехкомнатная квартира или отдельно три комнаты. Сначала это нужно уточнить.

Один респондент (1 ответ; 4,16%) ответил, что не будет снимать жилье, но на недостаток информации не указал: *Вряд ли, так как трехкомнатная квартира недорогой не бывает, а частный дом (в частном секторе) меня не устраивает.*

4 респондента (4 ответа; 16,6%) ответили, что сначала позвонили бы по указанному телефону и возможно согласились бы снимать квартиру, если бы условия аренды были для них приемлемыми. Такие ответы представлены следующими интерпретирующими текстами: *Сначала нужно позвонить и узнать как можно больше информации; Я бы позвонила по телефону и, если меня бы все устроило, возможно сняла бы предполагаемое жилье; Я бы позвонил(а) по телефону; узнал(а) обо всем, уточнил(а) бы все интересующие меня вопросы; Прежде, я позвоню и спрошу про стоимость и, если меня устроит цена, я попрошу показать мне то жилье. Узнаю подробности об арендаторе*

Также есть два нетипичных ответа. Один респондент (1 ответ; 4,16%) ответил: *Если есть такая потребность, то буду. Краткость объявления скорее всего потому, что требуется жилье сдать быстро. Второй нетипичный ответ представлен следующим интерпретирующим текстом: Решу, когда увижу квартиру и соотнесу с ценой. Хотя... 3 комн? Недорого? Она что не меблирована? Нет, я даже не позвоню. Мало подробностей, не заинтересовало.*

Реализация смыслового потенциала происходит за счет восполнения респондентами имплицитного компонента исходного текста в интерпретирующих текстах (информации о цене, местоположении, состоянии, арендодателе и т.д.) в соответствии с привычными им речевыми стратегиями и тактиками поведения.

Таким образом, респонденты зафиксировали имплицитный компонент и затем восполнили его, используя индивидуальные стратегии или интерпретационные нормы. Так

как результатом эксперимента является множество различных вариантов интерпретации, то мы можем заключить, что имплицитная информация текста является факультативной, то есть является той частью плана содержания текста, которая разными носителями языка восстанавливается по-разному. Наличие в тексте полиинтерпретационного потенциала, реализуемого в интерпретирующих текстах, позволяет нам судить об определённой модальности текста, которая позволяет адресату интерпретировать текст в зависимости от собственных речевых стратегий и тактик, то есть данная модальность является альтернативной. Модальность данного текста связана с его полиинтерпретационным потенциалом. Она позволяет субъекту-интерпретатору выбирать, какой вариант смысла реализовать в интерпретирующем тексте, тогда как императивная модальность подразумевала бы единственно возможный вариант реализации смыслового потенциала текста. Реализацию императивной модальности текста нам еще предстоит изучить.

Таким образом, исследование механизмов реализации императивной и альтернативной модальности текста представляет интерес с точки зрения лингвистической науки, так как имеет сравнительно небольшую базу исследований и широкий круг неизученных проблем. Современная лингвистическая наука, реализующаяся в направлении антропоцентризма, нуждается в исследовании механизмов интерпретации в аспекте структурно-семантической и коммуникативно-прагматической организации исходного текста, в том числе реализации его объективной и субъективной модальности.

Литература и источники

1. Ким, Л. Г. Вариативно-интерпретационное функционирование текста / Л. Г. Ким – М.: ЛЕНАНД, 2013. – 280 с.
2. Каштанова, П.В., Мосолова, Г. П. Эксплицитные и имплицитные средства реализации субъективной модальности в художественном тексте // Вестник ЮУрГГПУ. 2013. №9. – С. 231-238.
3. Аносян, М. Ю. Дискурсивный подход к изучению категории побуждения // Научная мысль Кавказа. 2012. №3. – С. 120-123.

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Ким Л.Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81'42

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТОВ КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ БАНКА

Брагина Д.Д.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

24071997@inbox.ru

Выявляются характерные особенности деловой коммуникации и делового текста. Рассматриваются главные функции деловой коммуникации. Определение места и роли делового текста в банковской сфере. Основное содержание исследования составляет характеристика коммерческих предложений банка как формы деловой коммуникации. Выявляются языковые особенности коммерческих предложений банка. Субъектами делового текста являются отдельные люди, либо группа людей; объектом-информация, сообщение.

Ключевые слова: коммуникация, деловая коммуникация, деловой текст, коммерческие предложения банка.

STRUCTURAL AND SEMANTIC FEATURES OF TEXTS OF COMMERCIAL OFFERS OF THE BANK

Bragina D.D.

The characteristic features of business communication and business text are revealed. The main functions of business communication are considered. Determining the place and role of the business text in the banking sector. The main content of the study is the characteristic of commercial offers of the bank as a form of business communication. The language features of commercial offers of the bank are revealed. The subjects of a business text are individuals, or a group of people; object information, message.

Key words: communication, business communication, business text, commercial offers of the bank.

Цель исследования: выявить и проанализировать лингвистические (текстовые) особенности коммерческих предложений банка. В связи с этим основными задачами исследования являются:

1. Уточнить понятийный аппарат деловой коммуникации в банковской сфере.
2. Проанализировать характерные особенности делового текста.
3. Рассмотреть конкретные признаки и свойства коммерческого предложения банка как формы деловой коммуникации.

Деловая коммуникация на сегодняшний день стала занимать все более значимое положение в коммуникативной практике как общества, так и отдельного человека, это обусловлено формированием новых форм деловой коммуникации, активизацией предпринимательской деятельности банков, углублением и, соответственно, расширением деловых контактов в сфере банковских услуг. Деловая коммуникация обладает характерными особенностями: ясность, лаконизм, конкретность, точность, предписующе-долженствующий характер повествования, отвлечение от моментов субъективно-личностного характера. Данные качества находят свое выражение преимущественно на лексическом и синтаксическом языковых уровнях. Это связано с углублением и расширением деловых контактов на международном уровне и непосредственно внутри государства, с введением новых форм делового общения, с актуализацией вопросов результативного речевого поведения в деловой сфере. Благодаря такому стремительному развитию, специалисты получили уникальную возможность обмениваться информацией, опытом, публикациями, принимать значимые решения в сфере деловой коммуникации, налаживать плодотворные деловые связи. В связи с этим можно квалифицировать в качестве значимого вклада в современную лингвистику применение в процессе построения описательной модели официально-делового текста гибкого научно-познавательного принципа – принципа интегративности официально-деловой и разговорно-бытовой сфер коммуникации.

Деловая коммуникация является одним из важнейших способов коммуникации, с помощью которого осуществляется связь между членами общества. Под деловой коммуникацией понимается письменное взаимодействие между отдельными организациями, государственными и частными предприятиями и т.д. Четко действующие коммуникативные схемы помогают решению всех проблем, с которыми сталкивается организация. Именно поэтому овладеть секретами письменной деловой коммуникации – значит стать человеком, успешным в своей профессии.

Деловая коммуникация – это процесс взаимодействия деловых партнеров, направленный на организацию и оптимизацию того или иного вида предметной деятельности: производственной, научной, сервисной и т.д.

Деловая коммуникация выполняет следующие функции:

1. Инструментальную (социальный механизм управления);
2. Социализации (развитие навыков культуры делового общения);
3. Функцию самопрезентации (самовыражение, демонстрация личностного потенциала);

4. Интегративную (объединение деловых партнеров);
5. Трансляционную (передача конкретных способов деятельности);
6. Социального контроля (регламентация поведения и деятельности);
7. Экспрессивную (эмоциональные переживания).

Для того чтобы деловая коммуникация была максимально эффективной, необходимо знание всех компонентов, владение которыми обеспечивает коммуникативную компетентность.

Опираясь на лингвистические особенности деловых текстов в банковской сфере, то можно выделить следующее: в официальном документе частное лицо или представитель компании (государственной или частной), общественной организации выступают как субъекты правоотношений. Сущность данного текста базируется на праве и способен служить предметом прямой правовой оценки. Правовая сущность официального документа также определяет характер содержания писем, их язык и стиль. В различных сферах правоотношений они обладают своими индивидуальными особенностями и специфическими стандартами, а также традициями дипломатического стиля и языка. Тексты обращений граждан в инстанции – это и есть особый живой мир официально-деловой коммуникации, не противоречащий такому универсуму, как жизненный мир бытового общения. Официально-деловые тексты двусторонне связаны с текстом-жизнью (от жизни к тексту и от текста к жизни).

Деловая коммуникация существует в двух формах: письменной и устной.

Письменная деловая речь, в которой реализуются диалогические отношения, представлена всеми видами деловых писем, документами, фиксирующими социально-правовые отношения — контрактами, соглашениями и всеми типами сопутствующих документов. Устная деловая речь, в которой реализуется диалогические отношения, представлена жанрами деловых переговоров, встреч, консультаций и т. п. Коммерческие предложения банка относятся непосредственно к письменной форме деловой коммуникации.

Коммерческие предложения банка характеризуются конкретными признаками и свойствами:

1. Стабильность композиционных структур. Для делового текста свойственна «устойчивая композиционная конструкция». Она проявляется в жёстком следовании рамочным предписаниям, определяющим данную сферу деловой коммуникации. В коммерческом предложении банка реализуется следующая невербально-вербальная композиция текста: логотип банка, адресат и заголовок, наименование организации и краткое описание ее деятельности, перечень услуг, подпись директора, контактные данные.

2. Реализация устойчивых типологических синтаксических характеристик. Синтаксическое своеобразие делового текста проявляется в использовании конструкций с отглагольными существительными. Например: «указывание содействия», «осуществление контроля» и др.

3. Терминированность. Данная отличительная черта деловых текстов дает возможность повысить степень достоверности и точности.

4. Клише и речевые формулы. Тенденция к унификации деловых текстов, стремление авторов к «единообразию» приводит к появлению шаблонов и формул. Следствие указанного явления – неизбежное обеднение языка деловых текстов.

Сама подготовка содержания делового текста осуществляется с помощью «аналитико-синтетической обработки». Значимое положение занимает лингвистическое редактирование, таким образом пренебрежение языковыми нормами не только является свидетельством некомпетентности сотрудников, но также приводит к значительному снижению эффективности деловой коммуникации.

Своеобразная характерная отличительная особенность данного типа текста - ограниченная сочетаемость слов, которая, в свою очередь, выражается в ограничении возможностей слов вступать в смысловые связи с другими словами. В связи с этим, мы

обязаны принимать во внимание то, в каком стиле речи мы употребляем то или иное слово, отличаются ли его возможности в сочетании с иными словами. Наиболее широкими возможностями сочетаемости обладают слова в разговорной речи или литературной, но в деловом стиле они, непосредственно, ограничены, к примеру, предпочтительно применять выражения «направить на рассмотрение», «предоставить в пользование», «оказывать содействие», «передать в управление», «вносить предложения», «осуществлять контроль», «обладать правом», «предоставить кредит», «пострадать в результате событий», «вступать в силу». Тем не менее не следует употреблять схожие с вышеупомянутыми фразы: «выслать на рассмотрение», «предоставить для использования», «оказывать помощь», «передать для управления», «давать предложения», «вести контроль», «владеть правом», «выдать кредит», «пострадать в событиях», «входить в силу». Ограниченная сочетаемость слов, которая в свою очередь, широко используется в деловой речи, способствует типизации содержания, что выражается в тексте, она будто бы приближает словосочетания к языковым формулам, что в конечном счете и способствует адекватности восприятия делового текста.

Литература и источники

1. Роготнева Е.Н. Документная лингвистика/ Е.Н. Роготнева. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2011. – 784 с.
2. Кушнерук, С. П. Об аксиоматике документной коммуникации (лингвистические координаты), 2016.
3. Богатова Е. Б. Современное состояние документной лингвистики и перспективы развития [Текст] / Е. Б. Богатова // Вестник Вятского государственного университета. – 2014. – С. 50–54.
4. Сологуб О.П. Деловой текст в системно-структурном аспекте // Стереотипность и творчество в тексте: межвуз. сб. науч. тр. / под ред. ; Перм. гос. ун-т. – Пермь, 2009. – Вып. 13. – С. 54–63.
5. Сологуб О.П. Русский деловой текст в функционально-генетическом аспекте-Новосибирск 2008.
6. Кушнаренко, Н. Н. Документоведение / Н. Н. Кушнаренко. – Киев: Знания, 2008. – 459 с.
7. Шарафутдинова, О. И. Русский язык в деловой и процессуальной документации: учеб. пособие [Текст] / О. И. Шарафутдинова. – Челябинск: Издательство Челябинского государственного университета, 2016. – 170 с.
8. Нурисламова В.О. Документ как объект лингвистического анализа. – Челябинск: Челябинский гуманитарий, 2017. –46 с.

Научный руководитель - канд. филол. наук, доц. Евпак Е.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 808.51

ПРИЕМЫ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ И АДАПТАЦИИ НАУЧНОГО ТЕКСТА ДЛЯ ШИРОКОЙ АУДИТОРИИ

Капорина Ю. С.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

yu.sarapulova@gmail.com

Современное общество нуждается в самообразовании, а, следовательно, в получении качественных знаний. Большая часть выступлений, которые я проанализировала для доклада, курсовой работы и ВКР, отвечают запросам аудитории, а это значит, что культура научного стендапа развивается и будет развиваться с каждым годом и находить еще более

25

продуктивные способы адаптации и изложения сложной научной информации для широкой аудитории.

Работа посвящена определению и выделению стратегий, тактик и приемов адаптации научной информации для широкой аудитории посредством анализа выступлений ученых на интернет-платформах и известных видеоподкастов.

Ключевые слова: научный стиль, подстиль, адаптация, прием, метод, анализ.

TECHNIQUES FOR POPULARIZING AND ADAPTING A SCIENTIFIC TEXT FOR A WIDE AUDIENCE

Kaporina Y.

Kemerovo State University

Modern society needs self-education, and, consequently, to obtain high-quality knowledge. Most of the presentations that I analyzed for the report, course work, and WRC meet the needs of the audience, which means that the culture of scientific stand-up is developing and will continue to develop every year and find even more productive ways to adapt and present complex scientific information to a wide audience.

The work is devoted to defining and highlighting strategies, tactics and techniques for adapting scientific information for a wide audience by analyzing the performances of scientists on Internet platforms and well-known video podcasts.

Key words: scientific style, sub-genres, adaptation, device, method, analysis.

1. Особенности научного стиля

Для научного стиля характерно наличие малых терминов, общенаучных слов, абстрактной лексики, в нём преобладает имя существительное, немало отвлечённых и вещественных существительных. Сферы употребления научного стиля достаточно широки. Он обслуживает сферу научной, просветительской и образовательной деятельности человека.

2. Особенности научно-популярного подстиля

Научно-популярный подстиль – одна из стилистико-речевых разновидностей научного функционального стиля, которая выделяется на основании реализации некоторых задач коммуникации – необходимость адаптации специальной научной информации на язык неспециального знания, а точнее – задач популяризации научных знаний для широкой аудитории.

Адресат – широкие слои населения. *Отличительная черта* – изложение научных данных в доступной и занимательной форме, использование элементов художественного и публицистического изложения. Целью научно-публицистического стиля является повышение общего культурного уровня массового читателя, популяризация научного знания (данный подстиль применяется в научно-популярных статьях, книгах, лекциях и др.).

3. Методы научно – популярного подстиля

А. А. Тертычный в своей работе «Методы популяризации научного знания в современных СМИ» выделяет несколько базовых методов популяризации научно-популярных текстов: описание, сравнение, аналогия, ассоциация, моделирование и некоторые художественно-экспрессивные методы (такие как метафора, олицетворение, персонификация и т.д). [14].

4. Основные, самые популярные приемы адаптации сложной научной информации для широкой аудитории на примере анализа одного из выступлений.

Артур Залевский, биоинженер, с выступлением по теме «ДНК».

1) Использование компьютерной презентации. Абсолютно все тезисы и примеры имели визуальное оформление. На экране оказались снимки бактерий; «мемы», адаптированные под тему выступления (картинки человеческой кисти с 5 и 6 пальцами) и схема строения самой ДНК.

Визуализация абстрактных и научных понятий помогает добиться Артуру дополнительной занимательности в лекции.

2) Участник шоу использует в свое речи молодежный сленг (например, слово «Камон» и «тусовка»), так как молодой аудитории легче воспринимать научный текст, если стиль изложения отвечает стилю их повседневного общения. Также молодежный сленг добавляет интересности теме, которую освещает автор.

3) Для наглядности представляемого материала, для занимательности лектор использует раздаточный материал (двухцепочечная конструкция, сооруженная из обычных проводов), который зрители могут потрогать своими руками, а значит и лучше ознакомиться с предметом обсуждения.

4) Общеупотребительная лексика и просторечная лексика, не употребляемая в научном тексте – еще один способ адаптации научно-популярного текста для широкой аудитории. Артур в научный контекст включает такие слова как «штука», «складочка», для обозначения предметов, которые в научной среде имеют терминологическое наименование.

5) С целью привлечения внимания и акцентирования этого внимания на значимых моментах выступления участник шоу активно использует невербальные средства коммуникации (жестикуляция, мимика).

Можно сделать вывод о том, что в своем выступлении Артур использовал следующие приемы адаптации научной информации: использование презентации, молодежного сленга, раздаточного материала, употребление общеупотребительной и просторечной лексики, использование невербальных средств коммуникации.

Литература и источники

1. Акинфеев С.Н., Развлекательное телевидение: классификация, определение, жанры. 2008.
2. Байкова О.Э., Понятие функционального стиля в современной лингвистике. 2016. – С. 2.
3. Виноградов В.В., Итоги обсуждения вопросов стилистики // Вопросы языкознания. 1955. № 1. – С. 73.
4. Воронова А.В., Научно-популярные тексты как объект функционально-стилистического анализа. 2016. – С.2.
5. Воронцова Т.А., Научно-популярный дискурс в современных российских СМИ (проблемы жанра и стиля), 2014.
6. Граудина Л.К., Е.Н. Ширяев, Учебник для вузов / Институт русского языка им. В. В. Виноградова; – М.: НОРМА, 2008. – С.195 .
7. Котюрова М.П. ,Культура научной речи//Текст и его редактирование. –С.10.
8. Кожина М.Н., Стилистика русского языка 1983, – С. 165.
9. Маевский Н.Н. , особенности научно-популярного стиля, 1979.
10. Митрофанова О.Д., Научный стиль речи: проблемы обучения// М.: Русский язык, 1985.– С.128.
11. Муранова О.С., Способы выражения позиции автора в тексте научно-популярной статьи, 2009.
12. Розенталь Д.Э., Пособие по русскому языку 2004, – С. 21.
13. Сухенко Н.В., Специфика популяризации науки в России, 2016.

14. Тертычный А. А. Методы популяризации научного знания в современных СМИ // Информационное поле современной России: практики и эффекты. Сборник статей одиннадцатой Международной научно-практической конференции. — Институт массовых коммуникаций и социальных наук КФУ Казань, 2014. — С. 330–336.

15. Филиппова Е.М., Научный миф как основа современного научно популярного текста, 2014.

Научный руководитель - канд. филол. наук, доц. Паули Ю.С., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81-13

**ОСОБЕННОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ В СУБЪЕКТЕ
ФЕДЕРАЦИИ (на материале instagram-аккаунта Тувинского республиканского
отделения КПРФ)**

Коваленко А.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

kovalenkoalisaaleksandrovna@mail.ru

Аннотация: Работа посвящена анализу реализации политического взаимодействия в социальных сетях. В качестве материалов были использованы посты в instagram-аккаунте Тувинского республиканского отделения КПРФ. Такой отбор материала обусловлен интересом современной политической лингвистики к региональным особенностям реализации политической коммуникации. При этом важным оказывается и выбор социальной сети. Инстаграм – одна из наиболее популярных интернет-площадок, которая формирует особый формат передачи информации. Важнейшей особенностью является приоритетное использование графических средств и сокращение текстовой информации.

Ключевые слова: политическая коммуникация, социальные сети, instagram.

**FEATURES OF POLITICAL COMMUNICATION IN THE SUBJECT OF THE
FEDERATION (based on instagram account of the Tuva Republic an branch of the KPRF)**

Kovalenko A.A.

Kemerovo State University

Annotation: The work is devoted to the analysis of the implementation of political interaction in social networks. As materials, posts were used in the instagram account of the Tuva Republican branch of the Communist Party. This selection of material is due to the interest of modern political linguistics in the regional features of the implementation of political communication. At the same time, the choice of a social network is also important. Instagram is one of the most popular Internet sites, which forms a special format for transmitting information. The most important feature is the priority use of graphic tools and the reduction of textual information.

Keywords: political communication, social networks, instagram.

Политическая лингвистика является молодой развивающейся гуманитарной наукой. В изучении данной дисциплины заинтересованы не только лингвисты, но и представители широкого спектра гуманитарных наук, таких как: социология, политология, психология, журналистика, рекламоведение. Такая популярность политической лингвистики обуславливается тем, что на сегодняшний день от степени её изученности зависит то, каким образом реализуются цели субъектов политической деятельности.

Социальные сети сегодня изучаются многими лингвистами, так как являются активно развивающимся средством массовой информации. От степени изученности влияния данного канала на процесс коммуникации зависит корректность оценки эффективности коммуникации. Благодаря своей доступности и функциональности (скорость обмена информацией; отсутствие барьеров, свойственных другим каналам передачи информации; широкий спектр средств передачи информации) социальные сети используются множеством организаций. Если говорить об организациях федерального уровня и видных политических деятелях, то стоит отметить, что они имеют возможность реализовываться на более высоком уровне, используя необходимые ресурсы, поэтому их коммуникативная деятельность в социальных сетях более эффективна. При этом они имеют специфический стиль и определенный образ, который создается для решения тех задач, которые ставит перед собой субъект политической деятельности. Региональные же организации и политики, обладающие меньшим количеством ресурсов, зачастую руководствуются базовыми требованиями той социальной сети, в рамках которой реализуют акт коммуникации, стремясь, опираясь на доступные ресурсы, эффективно реализовать собственные задачи. Особо стоит отметить, что в региональных политических сетевых СМИ успешность коммуникации будет зависеть от способности пресс-секретаря выявить специфику той социальной сети, материалы в которой будут публиковаться.

Объектом нашего исследования являются материалы Тувинского республиканского отделения КПРФ, опубликованные в официальном instaram-аккаунте. Актуальность данного исследования заключается в специфике выбранного канала коммуникации. У каждой социальной сети есть свой определенный формат, который определяется разработчиками. В акте коммуникации это играет очень важную роль, так как при выборе социальных сетей и адресант, и адресат рассчитывают на определенный порядок и формат общения. Есть социальные сети, которые не обладают какими-либо специфическими чертами, что дает возможность более широкого выбора средств коммуникации. Нами был выбран instaram, так как у него есть уникальные особенности, формирующие особый порядок реализации коммуникационного процесса.

Instaram представляет собой не универсальный канал передачи информации, а формирует определенную среду, обладающую специфическим подходом к подаче материалов. Из наиболее явных можно отметить такие требования, как:

- Необходимость зрительного образа
- Количественное ограничение текстовой информации
- Возможность ставить хэштэги, позволяющие систематизировать информацию и отсылать к уже существующим материалам по теме.
- Возможность мгновенно получить реакцию адресата

При анализе материалов, опубликованных в инстаграме Туврескома КПРФ можно увидеть специфические черты, которые отличают информацию, опубликованную в instaram от информации в других социальных сетях. Можно выделить следующие специфические черты:

- Наличие текста на фотографиях

Посты Тувинского республиканского отделения КПРФ можно разделить на несколько видов:

1) Сложные графические объекты, которые включают в себя текст, фотографию и фоновые геометрические фигуры, позволяющие структурировать передаваемую информацию.

2) Фотографии, в нижней части которых расположена подпись, оформленная в красно-белом цвете.

3) Фотографии без дополнительного оформления

4) Короткие видео

При этом каждый пост имеет текстовый комментарий, который размещается под фотографией, такой формат определяется социальной сетью, а не адресантом.

- Стремление к сокращению текста

Так как instagram ориентирован на передачу информации в виде фото, видео и графики, то вербальные средства используются либо на самих фотографиях и графических рисунках, либо после них, в специально отведенном окне. При этом возникает необходимость в максимальной оптимизации передаваемой текстовым путем информации, что приводит к сокращению текста.

- Наличие группы хэштэгов, которые можно разделить на две группы: региональные и федеральные.

- Региональные: #гыва ; #кызыл ; #центразии

- Федеральные: #кпрф ; #лксмрф ; #комсомол

Есть отдельная группа хэштэгов, которую можно определить как ситуативная. Такие хэштэги используются не во всех публикациях, но при этом они отражают ту тематику, которой посвящен пост (#силавединстве ; #экономика ; #нетростуценнапроезд).

Литература и источники

1. Аكوпова Д.Р. Стратегии и тактики политического дискурса // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2013. № 6(1).
2. Анненков А. Сеть и массовая информация // Мир Internet. 2000. № 9.
3. Анохина, Н. В., Малаканова, О. А. Политическая коммуникация // Политический процесс: основные аспекты и способы анализа: сб. учеб. материалов / под ред. Е. Ю. Мелешкиной. Изд-во: Инфра-М, М., 2001.
4. Карасик В.И. Дискурс // Социальная психоллингвистика: Хрестоматия. Москва: Лабиринт, 2007.
5. Карасик В.И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. Волгоград: Перемена, 2000.
6. Михалева О.Л. Политический дискурс. Специфика манипулятивного воздействия. Москва: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009.
7. Перельгут, Н. М., Сухоцкая, Е. Б. О структуре понятия «Политический дискурс» Н., 2013.

Научный руководитель - канд. филол. наук, доц. Евпак Е. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 811.161.1'38

СТРАТЕГИЯ ДЕЛЕГИТИМИЗАЦИИ В АНАЛИТИЧЕСКИХ ОБЗОРАХ ПОЛИТОЛОГА КИРИЛЛА РОГОВА

Кукарцева С.М.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

sophie2808@yandex.ru

Предлагаемая статья представляет собой лингвистический анализ стратегий делегитимизации в аналитических обзорах Кирилла Рогова. Данная проблема актуальна в связи с различием целей, которые преследуют политики и политологи. Благодаря непредвзятому отношению к власти со стороны политологов, последние более объективно оценивают происходящие на политической арене события. В статье описаны особенности реализации стратегий и тактик делегитимизации, выделенных Т. ван Левеном, в обзорах политолога Кирилла Рогова, эффективно используемых для указания на нелегитимность реакции власти (массовые избиения, задержания и фабрикация уголовных дел) на

происходящие в стране политические митинги и протесты. Результаты исследования указывают также на то, что ключевыми, обладающими особой аттрактивностью, дискурсивными стратегиями делегитимизации в данном контексте выступают стратегия апелляции к «безличному» авторитету и стратегия моральной оценки. В качестве одной из главных особенностей аргументации собственных положений Кирилл Рогов использует обращение к реалиям советской эпохи, проводя таким образом аналогию событий современности со сталинскими репрессиями, и таким способом указывая на нелегитимность подобных политических решений.

Ключевые слова: политический дискурс, коммуникативные стратегии, делегитимизация, стратегии делегитимизации, аналитические обзоры, Кирилл Рогов.

STRATEGY OF DELEGITIMIZATION IN ANALYTICAL REVIEWS OF POLITICAL SCIENTIST KIRILL ROGOV

Kukartseva S.M.

Kemerovo State University

This article represents the linguistic analysis of strategies of delegitimization in Kirill Rogov's analytical reviews. The given problem is relevant due to the difference in goals pursued by politicians and political scientists. Owing to the impartial attitude to authority from political scientists, the last estimate events occurring on a political arena more objectively. The article describes features of realization of strategies and tactics of delegitimization, identified by T. van Leven, in the reviews of political scientist Kirill Rogov, which are effectively used for the indication on illegitimacy reactions of authority (mass beatings, detention and a fabrication of criminal cases) on political meetings occurring in the country and protests. Results of research specify also that the key, particularly attractive, discursive strategies of delegitimization in the given context are the strategy of the appeal to "impersonal" authority and the strategy of a moral assessment. As one of the main features of the argumentation of his own positions Kirill Rogov uses the reference to the realities of the Soviet era, thus drawing an analogy of present events with Stalin repressions, and in this way pointing to the illegitimacy of such political decisions.

Keywords: a political discourse, communicative strategies, delegitimization, strategies of delegitimization, analytical reviews, Kirill Rogov.

Политическая обстановка как конкретной страны, так и общемировая, является одной из главных проблем, волнующих разные слои общества, начиная от простых граждан и заканчивая людьми, которые занимаются политикой на профессиональном уровне. Если говорить о второй категории людей, подразумевающих под собой политиков и политологов, то следует отметить те цели, которые они преследуют. Главной целью политиков является привлечение электората, получение власти и сосредоточение ее в своих руках. Политологи же направляют свою деятельность в другое русло: их не интересует получение власти, они анализируют события, происходящие на политической арене, изучают их в ретроспективе, с точки зрения значимости для общества и в связи с экономическими и социальными факторами развития государства.

Из этого следует то, что для политологов стратегии и тактики, которые используют в своей речи политики, неактуальны. В то же время в научной литературе речевой материал политологов практически не становился объектом специального исследования см. подробнее [5]), именно поэтому нужно изучить прагматический потенциал используемых ими стратегий и тактик, в частности стратегию делегитимизации. Под стратегией делегитимизации в своей работе мы будем подразумевать «отрицание законности тех или иных политических субъектов, действий, решений, направленное на дискредитацию оппозиции посредством обвинения, отчуждения, критики морального облика и мотивов поведения соперника» [1, с. 383].

Цель статьи – описать особенности стратегии делегитимизации в аналитических обзорах одного из наиболее авторитетных российских политологов – Кирилла Рогова, являющегося экспертом в «Новой газете» [6] и на радио «Эхо Москвы» [6]. Выбор *материала* исследования обусловлен важностью тех тем, которые поднимает в своих работах Кирилл Рогов, в них он указывает на нелегитимность недавно происходивших в России событий, в частности это реакция власти на протесты и митинги, проходившие в июле-августе прошлого года, а также те последствия, которые они за собой повлекли (массовые задержания, избияния, фальсификация уголовных дел).

Методология исследования базируется на теории легитимации, основы которой были заложены в американской социологии, а затем детализированы в теории дискурсивной легитимации в работах Т. ван Левена, методика которого активно используется и российскими исследователями [3, 4]. Т. Левен выделил четыре основных способа придания легитимности / нелегитимности – ссылка на авторитет, этическая оценка, рационализация, мифопоэтика) [2]. Рассмотрим реализацию названных стратегий в работах Кирилла Рогова.

1. Стратегия апелляции к авторитету предполагает делегитимизацию через обращение к традиции, к закону или лицам, представляющим институционную власть.

1.1. Субстратегия апелляция к «безличному» авторитету некоторой структуры, общественного института, нормы активно используется в работах Кирилла Рогова, политолог весьма часто ссылается на законы Российской Федерации, аргументируя свои доводы относительно нелегитимности совершаемых властью поступков, так, комментируя ситуацию с вынесением неправомерных приговоров, он говорит: *приговор Котову – это преступление. ... Кроме того, он (приговор) категорически противоречит российской конституции* (Практически сталинские тройки, 2019).

Также политолог обращает внимание на некорректное использование властями отдельных статей закона, что также свидетельствует о нелегитимности происходящего: *318 статья, по которой судят Устинова, сегодня настоящий корень полицейского террора в России. Не только на акциях оппозиции, но по всей России полицейские избивают и мучают людей, используя 318 статью как надежный щит и индульгенцию жестокости и садизма* (Самая страшная статья, 2019). В данном случае политолог говорит уже о так называемых «акциях устрашения» от власти для тех, кто не повинуется и все же выйдет на митинг, Кирилл Рогов называет данную статью «корнем полицейского террора», что явно указывает на нелегитимность того, что происходит в стране.

1.2. Апелляция к авторитету «большинства». Данная субстратегия проявляется в развитии тезиса «это правильно, поскольку все так делают». Политолог приводит данные социологических опросов, в которых интервьюер имеет цель собрать мнение большинства касательно какого-либо события. Результаты опросов убедительно демонстрируют несогласие большинства с происходящими событиями: *Последние социологические данные показывают, что полицейское насилие в Москве вызывает отторжение у половины жителей города. Это много. И это точка вполне широкой консолидации* (Эта развилка важнее «умного голосования», 2019). То есть мнение большинства как раз указывает на то, что действия власти нелегитимны

2. Стратегия моральной оценки локализует объект легитимации на шкале «хорошо – плохо», она реализуется с помощью обращения к морально-нравственным нормам и характеризуется оценочно нагруженной лексикой.

2.1. Оценочная субстратегия. Для ее реализации широко используются прилагательные и существительные, в семантике которых содержится оценочный компонент. В этом отношении мы видим оценку действий и решений власти как нелегитимных с точки зрения Кирилла Рогова: *Выборы в России сегодня являются позорным цирком, в котором жулики и воры, как справедливо называет их Алексей Навальный, устраивают позорные договорные матчи сами себе и бесстыдно воруют голоса горожан. Выборное законодательство должно быть изменено так, чтобы кончилось это адское позорище. Хватит душить людей этими дешевыми трюками, хватит воровать не свое* (ОРДО, или

Повестка для оппозиции, 2019). Мы видим, что политолог сравнивает выборы с цирком, что и без того в отношении власти имеет отрицательную оценку, но она еще усиливается и прилагательным *позорный*. Далее эти метафоры цирка и договорного матча гиперболизируются с помощью такого наименования как *адское позорище*, а также с помощью таких лексем, имеющих ярко выраженную негативную коннотацию, как *жулики, воры, дешевые трюки, душить, воровать* – все они в любом контексте формируют отрицательный облик описываемых событий, который в свою очередь указывает на их нелегитимность

2.2. *Аналогия* – это субстратегия, призванная обосновать необходимость приятия объекта легитимации, «потому что он имеет некоторые свойства, сходные с характеристиками другого объекта, ценность и значимость которого неоспоримы и не подлежат сомнению» [3]. Касательно данной стратегии основной упор сделан на сравнении сегодняшней ситуации с реалиями советской эпохи, а именно со сталинскими репрессиями, безусловно, негативно оцениваемыми.

«*STOP репрессии*» – название одной из статей Кирилла Рогова сразу же отсылает нас в прошлое, когда репрессии в стране были обычным делом. Сейчас же, с точки зрения политолога, происходит примерно то же самое: он последовательно проводит аналогию между жесткой реакцией власти на политические протесты и сталинскими репрессиями: ***В России возрождается практика фабрикации политических дел, которые служат основанием для репрессий против инакомыслящих, избиений, арестов и издевательств*** (STOP репрессии. Сделай, что сможешь, 2019).

Политолог объясняет, что последние события современности мало чем отличаются от тех, что имели место в эпоху Большого террора: *Всем тем, кто считает, что преувеличением являются разговоры о «терроре», «репрессиях» и «сталинизме» в применении к событиям последнего месяца, хочу напомнить, что Большой террор 1937–1939 гг., помимо невообразимой обыденности массовых ежедневных расстрелов, это еще и выбитые глаза и сломанные позвоночники на допросах. Это зверство допросов и половодье расстрелов – два стороны одной монеты* (Самая страшная статья, 2019);

3. Стратегия рационализации призвана категоризировать и концептуализировать объект легитимации в когнитивном опыте целевой аудитории при помощи ряда логических операций (генерализации, включения и т.д.) [3, с. 103].

3.1 *Целевая субстратегия*, строящаяся по формуле «Я делаю X для того, чтобы добиться / получить Y», где в данном случае X-объект легитимизации, а Y-обобщенная социальная цель: ***Авторитарные режимы фальсифицируют выборы дважды – сначала через систему «допуска» кандидатов и затем с помощью фальсификации итогов голосования. Уникальность ситуации состоит в том, что власти вынуждены были фальсифицировать не только недопуск оппозиции, но и допуск собственных кандидатов, что еще сильнее фокусировало внимание общества на проблеме «справедливости допуска». Проблеме, которой никогда прежде не удавалось «собрать улицу». Для того, чтобы прийти к власти, нужно просто не дать оппозиции даже участвовать в выборах*** (Суслики, зяблики и стратегии оппозиции, 2019). Нынешняя власть, по мнению К. Рогова, попросту делает все так, чтобы другие кандидаты даже не были допущены до выборов, у избирателей остается лишь «выбор без выбора». Соответственно, подобные выборы нельзя признать легитимными.

3.2. «*Разъяснение*» – объект легитимации описывается в терминах оправданных и необходимых действий людей, работающих или действующих в той сфере, которой X принадлежит: ***Лозунг «отпускай» должен включать требование наказания тех конкретных людей, которые били женщину в живот, ломали людям ноги из любви к профессии, и судьи Криворучко, которому, к сожалению, суждено уже, видимо, остаться жить в веках как Мальчишу-плохишу и Кащей бессмертному*** (ОРДО, или Повестка для оппозиции, 2019). Речь идет о незаконности тех мер, которые предпринимает государство

и, конкретнее, полицейские, избивающие людей «из любви к профессии», эти меры не могут быть оправданы, они не были необходимыми.

3.3. «Предсказание» – объект легитимации X помещается в будущий позитивный или негативный сконструированный, как правило, от имени экспертов социальный контекст (принятие данной меры позволит в будущем...) [3]: *Рассуждение: правильно сажать в тюрьму тех, кто бросал пластмассовые стаканчики, потому что иначе потом бросят камни, а потом возьмутся за оружие* (Террор, стаканчик и игра престолов, 2019). Человек получает наказание за преступление, которого он не совершал, которое с точки зрения представителей власти, он должен будет совершить, если на данный момент не предпринять кардинальных мер.

Таким образом, стратегия делегитимизации в статьях Кирилла Рогова реализуется посредством концептуального моделирования отрицательного отношения к противозаконным действиям власти касательно протестов, митингов, массовых избиений, задержаний и фабрикация уголовных дел, для этой цели эффективно используются стратегии апелляции к авторитету, моральной оценки и рационализации. Для обоснования своей точки зрения политолог использовал лексику отрицательной оценки, различные тропы (гиперболы, метафоры, сравнения), при этом наиболее частотны аналогии с советской эпохой, в частности, со сталинскими репрессиями, с помощью которых Кирилл Рогов дает оценку происходящим событиям и подвергает сомнению их легитимность.

Литература и источники

1. Голубева, Т. М. Языковые и риторические средства делегитимизации России и Сирии в речи представителей США при ООН / Т. М. Голубева, Т.А. Поскребышева // Филологические науки. Вопросы теории и практики. –2017. –№ 4(70): в 2-х ч. Ч.1. – С. 68-70.
2. Leeuwen, van T. Legitimation in Discourse and Communication // Discourse and Communication. – 2007. – № 1. – С. 91-112.
3. Колмогорова, А. В. Дискурсивные стратегии легитимации однополых браков в российском медиaprостранстве // Экология языка и коммуникативная практика. – 2018. – № 2 (13). – С. 99-117.
4. Кондратьева О.Н. Стратегии легитимизации в древнерусской публицистике // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2020. (в печати).
5. Кондратьева, О.Н., Метафорическое моделирование будущего России в прогнозах политологов (на материале текстов Владимира Пастухова) / О.Н. Кондратьева, Ю.С. Игнатова // Политическая лингвистика. – 2019. – № 3 (75). – С. 60–70.
6. Новая газета. URL <https://novayagazeta.ru/> (дата обращения 10.02.2020).
7. Радио «Эхо Москвы». URL.: <https://echo.msk.ru/> (дата обращения 18.02.2020).

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Кондратьева О.Н., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 81

СОЧИНЕНИЕ-РАССУЖДЕНИЕ КАК РЕАЛИЗАЦИЯ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ

Ланцов А. В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

lanceoff.a@yandex.ru

Аннотация. Основное содержание исследования составляет изучение реализации языковой личности в сочинении-рассуждении, которое рассматривается как наиболее распространённый тип творческих заданий, способствующий развитию креативного мышления учащихся школ в рамках современного образовательного процесса. Основной

целью работы является выяснение возможностей для дальнейшего совершенствования сочинения-рассуждения как вида творческой работы на уроках русского языка. Теоретическая база исследования – современные концепции лингвистики в области изучения языковой личности.

Ключевые слова: сочинение-рассуждение, языковая личность, творческое мышление, творческие задания, лингводидактика, психолингвистика.

ESSAY AS IMPLEMENTATION OF A LANGUAGE PERSONALITY

Lantsov A. V.

Kemerovo State University

Annotation. The main content of the research is the study of the implementation of the linguistic personality in essay, which contribute to the development of creative thinking of students. The main purpose of the work is to clarify the possibilities for further improvement of this creative task in the Russian language lessons. The theoretical basis of the study is the modern concept of linguistics in the field of studying a linguistic personality.

Key words: essay, language personality, creative thinking, creative tasks, linguodidactics, psycholinguistics.

Сочинение-рассуждение является наиболее важной формой творческих заданий, способствующих раскрытию индивидуальных особенностей языковой личности школьника. Анализ сочинений позволяет определить методы совершенствования этого типа заданий. **Объектом** исследования является сочинение-рассуждение, **предметом** – выражение языковой личности школьника.

В ходе анализа теории и практики применения творческих форм работ после перехода школьных образовательных программ на ФГОС, было выявлено увеличение количества заданий данного типа в рабочих учебных планах по русскому языку, что отражается в учебных комплексах, признанных соответствующими новым стандартам. **Актуальность** исследования обусловлена тем, что развитие творческого мышления учащихся, а также формирование их коммуникативной компетенции – одна из целей, поставленных во ФГОС, а сочинение-рассуждение – один из самых распространённых видов творческой работы, являющейся основным средством достижения этой цели. Особая роль сочинений-рассуждений подтверждается тем, что они зафиксированы в ЕГЭ как обязательные к выполнению задания. Таким образом, необходимым представляется изучить данный вид сочинений на предмет выраженности в нём языковой личности современного школьника и, исходя из этого, оценить степень эффективности таких творческих заданий в рамках образовательного процесса в целом и изучения дисциплины «Русский язык» - в частности.

Цель исследования – выяснить возможности дальнейшего совершенствования сочинения-рассуждения как одного из основных способов развития творческого мышления учащихся. В связи с этим выделяются следующие научно-исследовательские задачи:

1. Проанализировать образцы регулярно пишущихся учениками 11-х классов сочинений-рассуждений на предмет выраженности в них языковой личности школьников.

2. Провести психолингвистический эксперимент, основанный на результатах анализа образцов написанных школьниками сочинений-рассуждений.

3. Сопоставить результаты анализа образцов написанных сочинений-рассуждений и результаты проведения психолингвистического эксперимента для установления эффективности сочинения-рассуждения как вида творческой работы.

4. Определить возможные пути улучшения сочинения-рассуждения.

Основные методы исследования:

- эмпирические: наблюдение, сравнение, психолингвистический эксперимент;
- теоретические: анализ и синтез, абстрагирование.

Как отмечается в трудах известного советского и российского лингвиста Ю. Н. Караулова [1], к языковой личности «как задаче исследования» в лингвистике возможно прийти тремя путями: через психолингвистику (т. е. от психологии языка и речи); через лингводидактику (т. е. от закономерностей научения языку); через изучение языка художественной литературы. Можно утверждать, что приход к категории языковой личности в рамках данного исследования соотносится именно со вторым «путём», т. е. лингводидактическим, поскольку именно изучение современного состояния системы творческих заданий как важного элемента дисциплины «Русский язык» (сконцентрированной на «научении языку») послужило «отправной точкой» для перехода к вопросу о её эффективности.

И для решения этого вопроса был выбран путь «углубления» предмета исследования, заключавшегося в избрании одного конкретного типа творческих заданий, отличающегося наибольшей распространённостью и явной выраженностью индивидуального авторского стиля. Сочинение-рассуждение было выбрано в качестве такого вида творческой работы.

Его изучение в рамках категории языковой личности, в свою очередь, может рассматриваться в двух аспектах: *психолингвистическом* и *лингводидактическом*. Второй аспект выбран основополагающим, и, таким образом, исследование нацелено на совершенствование системы лингводидактики в рамках современного образовательного процесса. Этот выбор обоснован острой актуальностью вопроса о проблемах и перспективах лингводидактики в связи с начатым процессом перехода системы образования в России на ФГОС, а также с необходимостью подстраиваться под стремительно меняющиеся условия эры информационных технологий *вообще*.

В то же время остаётся актуальным первый аспект разработки данного вопроса - психолингвистический. Выбранный в качестве второстепенного, психолингвистический аспект, во-первых, позволяет достичь наибольшей полноты во взгляде на предмет исследования, а во-вторых, его наличие отвечает общим тенденциям к антропоцентризму в науке. Кроме этого, психолингвистический аспект обеспечивает идеям данного исследования перспективы дальнейшего развития: переход от совершенствования лингводидактики как цели к оценке нравственного развития учащихся через результаты анализа написанных ими текстов, к вопросам лингвокультурологического плана.

На примере таких категорий, как тенденция к персонификации и деперсонализации, а также посредством выделения наиболее частотных языковых доминант, представляется возможным определить степень выраженности языковой личности российских школьников в тексте сочинений-рассуждений для оценки эффективности этого вида заданий как творческих.

Таким образом, можно говорить о том, что проблематика исследования является актуальной для дальнейшего развития теории языковой личности. Материал, анализируемый автором статьи, предоставляет возможность выявления признаков как индивидуальной, так и коллективной языковой личности.

Литература и источники

1. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. – 7-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство ЛКИ, 2010. — 262 с.
2. Гольдин В. Е. СЕМЬЯ в ассоциативном словаре школьников [Текст] // Языковая личность: текст, словарь, образ мира. К 70-летию чл.-корр. РАН Юрия Николаевича Караулова: Сб. статей. — М.: Изд-во РУДН, 2006. — С. 316-323..
3. Мельник Н. В., Богачанова Т. Д. Взаимодействие тенденций к персонификации и деперсонализации при порождении и восприятии текста [Текст] // Языковая личность: Моделирование, типология, портретирование. Сибирская лингвоперсоналогия. – Вып. 2 / Под ред. Н. Д. Голева, Н. В. Мельник и С. В. Оленева. — М.: ЛЕНАНД, 2016. — С. 190-198.
4. Орлова Н. В. Языковая личность в лингвокультурном измерении: к портрету двадцатилетних [Текст] // Языковая личность: Моделирование, типология,

портретирование. Сибирская лингвоперсонология. – Вып. 2 / Под ред. Н. Д. Голева, Н. В. Мельник и С. В. Оленева. — М.: ЛЕНАНД, 2016. — С. 93-106.

5. Ушакова Т. Н. О творческом характере речи и языка [Текст] // Языковая личность: текст, словарь, образ мира. К 70-летию чл.-корр. РАН Юрия Николаевича Караулова: Сб. статей. — М.: Изд-во РУДН, 2006. — С. 132-146.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Чабаненко М. Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81.33

ЛИНГВОЮРИДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФИРМЕННЫХ НАИМЕНОВАНИЙ УПРАВЛЯЮЩИХ КОМПАНИЙ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Мальшева Е.С.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

Liza.malyshieva.98@mail.ru

Статья посвящена лингвистическим и юридическим аспектам, выражающим особенности междисциплинарного характера фирменного наименования. Фирменное наименование входит в область изучения эргонимии, так как имеет лингвистически схожие признаки и функции, но при этом обладает неким рядом обязательных юридических признаков. Примечательная особенность российского законодательства о фирменных наименованиях заключается в том, что обладание фирменным наименованием является одновременно не только правом, но и обязанностью любой коммерческой организации. Сделано это в публичных интересах, с целью устранения с рынка анонимных товаров, услуг. Следовательно, фирменное наименование должно быть словесным обозначением, оно должно выполнять индивидуализирующую функцию, т.е. обладать способностью отличать одно юридическое лицо от другого юридического лица, оно не должно быть описательным. **Актуальность темы** связана с повышением интереса к фирменному наименованию как объекту лингвистической экспертизы. Это новое исследование для современной лингвистики, т. к. оно имеет междисциплинарный характер, находится в сфере пересечения языка и права. При проведении данного исследования важно учитывать не только языковые явления, но и юридические требования. В судопроизводстве можно наблюдать достаточное количество дел, решение которых требует проведения лингвистической экспертизы, что доказывает актуальность данного вида исследования словесных и комбинированных единиц.

Ключевые слова: фирменное наименование, эргоним, лингвистический анализ, сходство до степени смешения, междисциплинарность, право.

LINGUISTIC AND LEGAL ASPECTS OF BRAND NAMES OF MANAGEMENT COMPANIES OF THE KEMEROVO REGION

Malysheva E.S.

Kemerovo State University

The article is devoted to the linguistic and legal aspects expressing the features of the interdisciplinary nature of the brand name. The brand name is included in the field of ergonymy research, as it has linguistically similar features and functions, but at the same time it has a certain number of mandatory legal features. A remarkable feature of the Russian legislation on trade names is that the possession of a trade name is at the same time not only a right, but also an obligation of any commercial organization. This is done in the public interest, with the aim of eliminating anonymous goods and services from the market. Therefore, the company name must

be a verbal designation, it must fulfill an individualizing function, i.e. have the ability to distinguish one legal entity from another legal entity, it should not be descriptive. The relevance of the topic is associated with increased interest in the brand name as an object of linguistic examination. This is a new study for modern linguists, because it has an interdisciplinary nature, located in the intersection of language and law. When conducting this study, it is important to consider not only linguistic phenomena, but also legal requirements. In legal proceedings, one can observe a sufficient number of cases, the solution of which requires a linguistic examination, which proves the relevance of this type of study of verbal and combined units.

Key words: brand name, ergonim, linguistic analysis, similarity to the point of confusion, interdisciplinarity, law.

Фирменные наименования являются одним из важных факторов воздействия на потенциальных клиентов и средством выделения коммерческого объекта из ряда подобных. К сожалению, в настоящее время в России создание эргонимов зачастую происходит стихийно, без опоры на теоретическую и нормативно-правовую базу. Номинаторами в подавляющем большинстве случаев являются владельцы коммерческих предприятий или сотрудники рекламных агентств, часто не имеющие специальной лингвистической и юридической подготовки, что приводит к функционированию тождественных или сходных до степени смешения названий компаний, которое в свою очередь приводит к заблуждению потребителей.

Термины «эргоним» и «фирменное наименование» сосуществуют в системе ономастических единиц и составляют ономастическое пространство, понимаемое в «Словаре русской ономастической терминологии» Н.В. Подольской как «комплекс имен собственных всех классов, употребляемых в языке данного народа в данный период для именования реальных, гипотетических и фантастических объектов» [Подольская Н.В, 1988, с.198].

Несмотря на различные точки зрения на определение понятия "эргоним", нельзя не утверждать, что эргонимы являются ономастическими единицами и обладают всеми свойствами, которые присущи собственным именам. По словам Шимкевича Н.В., классы имен собственных, обозначаемые лингвистами как искусственная ономастика (и эргонимы в их числе), обладают рядом черт, объединяющих их между собой и в то же время выделяющих эту группу онимов из ряда всех имен собственных. Именно разграничение характеристик эргонимов как специфических онимов искусственного происхождения и порождает проблемы в определении этого понятия. [Шимкевич Н.В.,2002, с. 53].

В данном исследовании мы будем опираться на определение термина «эргоним» Н.В. Подольской, который впервые был обозначен в 1978г. : «Эргоним – разряд онима. Собственное имя делового объединения людей, в том числе союза, организации, учреждения, корпорации, предприятия, общества, заведения, кружка» [Подольская, 1988, с. 151].

В юридическом плане эргоним соотносится с понятием «фирменное наименование». Суть понятия «фирменное наименование» раскрывается в статье 1473 ГК РФ. Гражданский кодекс определяет фирменное наименование, знак обслуживания и товарный знак как средство индивидуализации продукции, предоставляемых услуг.

Открытие любой коммерческой организации непременно сопровождается выбором названия для нового предприятия. Фирменное наименование – словесное обозначение организации, важнейшее средство персонализации фирмы, ее главный атрибут, который впоследствии будет не только фигурировать в деловых бумагах, будущей коммерческой или иной деятельности, но также станет ассоциироваться у общества с оказываемыми организацией услугами или продаваемыми товарами.

Любое юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, должно выступать в гражданском обороте под своим фирменным наименованием, которое определяется в его учредительных документах и включается в единый государственный реестр юридических

лиц (ЕГРЮЛ). В статье 1473 ГК РФ указано, что при государственной регистрации название организации должно содержать указание на его организационно - правовую форму и собственно наименование юридического лица, которое не может состоять только из слов, обозначающих род деятельности.

Чаще всего фирменное наименование имеет обязательную и отличительную части. К первой относятся указания на организационно-правовую форму предприятия (ООО, ОАО, ЗАО, МУП, МКП и т.д.), ко второй – собственно название (т.е. оным в лингвистическом понимании). Мы не склонны считать частью оного то, что относится к обязательной части фирменного наименования, так как это не собственное имя предприятия, а по сути лишь его родовое обозначение по признаку структурной организации. Именно специальная (отличительная) часть фирменного наименования, состоящая из оригинального, зачастую фантазийного обозначения, по существу, служит для индивидуализации того или иного юридического лица.

Фирменное название служит не только целям идентификации объекта, оно формирует конкретный образ в сознании индивида, оно не характеризуется (как другие имена собственные) отсутствием социально-закрепленной информации, иными словами, занимает особое место в ряду имён собственных и может быть причислено к разряду “квазисобственных” имён» [Новичихина, 2004, с. 26-27].

Так как фирменное наименование должно иметь декларативный характер, то его изучение становится значимым не только юридически, но и лингвистически. Лингвистов всегда интересовала эффективность наименования, его звучание, семантика, межкультурная функция, стилистическая – нейминг осуществляется в соответствии с имиджем и стилем, присущим целевой аудитории, фонесемантическая – на подсознательном уровне наименование должно вызывать ассоциации и эмоции, поэтому фирменное наименование в связи со своей спецификой становится предметом исследований экспертов-лингвистов.

В последнее время увеличилось количество судебных исков, связанных с нарушением прав на использование фирменного наименования управляющими компаниями. Причиной этому послужил выход федерального закона от 31.12.2017 № 485-ФЗ «О внесении изменений в Жилищный кодекс Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации», в котором статья 193 ЖК РФ дополнена новым подпунктом 1.1. и действие п. 3 ст. 1474 ГК РФ.

Согласно вышеперечисленным правовым документам нельзя, чтобы в одном реестре лицензий на территории одного региона или на территории одного города субъектного значения существовали управляющие организации с одинаковым или схожим фирменным наименованием.

Управляющая организация, как и любое иное юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, независимо от вида осуществляемой деятельности, должна соблюдать положения, установленные ГК РФ, касающиеся фирменного наименования.

Выявление тождественности или схожести до степени смешения с фирменным наименованием в сфере осуществления предпринимательской деятельности по управлению многоквартирными домами имеет свои особенности.

Гражданский кодекс России не содержит легального определения понятия «сходство до степени смешения», впервые определение данного явления было упомянуто в «Методических рекомендациях по проверке заявленных обозначений на тождество и сходство», утвержденных приказом Роспатента от 31.12.2009 г. № 197. Эти рекомендации касаются права на товарный знак и знак обслуживания.

Намного позже это же определение (тождественное определению из приказа Роспатента) было упомянуто в Письме Минстроя России от 21.06.2018 г. № 26618-АЧ/04 «Об оценке тождественности или схожести фирменных наименований лицензиатов». Понятие «сходство до степени смешения» во многом субъективно. То есть не требуется доказывать

реальные случаи введения потребителя в заблуждение, достаточно доказать опасность введения в заблуждение относительно товара или его изготовителя.

Данное лингвистическое исследование основывается на данных, полученных из реестра лицензий на осуществление предпринимательской деятельности по управлению многоквартирными домами в Кемеровской области. Были проанализированы фирменные наименования управляющих компаний Кемеровской области, которые находятся в зоне правового риска, и из-за несоблюдения п. 1.1 ст.193 ЖК РФ, ст. 1474 и ст. 1473 ГК РФ могут быть лишены лицензии на управление многоквартирными домами.

Был проведен лингвистический анализ по выявлению сходства до степени смешения фирменных наименований Кемеровской области с опорой на Письмо Минстроя России от 21.06.2018 N 26618-АЧ/04 «Об оценке тождественности или схожести фирменных наименований лицензиатов» и Методические рекомендации по проверке заявленных обозначений (товарных знаков) на тождество и сходство, утвержденные приказом Роспатента.

Полученные данные были описаны и классифицированы.

Среди прочих, нам удалось выделить еще один критерий оценки фирменного наименования на сходство до степени смешения. Это фирменные наименования, которые **обозначают организационно - правовую форму юр. лица, но не имеет собственно наименования юр. лица.** Например, ООО «УК ЖКУ», ООО «УК ЖЭУ» и ООО «УК «РЭУ».

У данных наименований низкая различительная способность, они не содержат сильных индивидуализирующих элементов. Эти наименования, вошедшие во всеобщее употребление, сходны между собой до степени смешения, так как для рядового потребителя такие наименования как «РЭУ», «ЖЭУ», «ЖКУ» ассоциативно схожи. Получается, такие фирменные наименования перестают выполнять свою основную функцию - служить средством индивидуализации организации. Также эти наименования имеют в своем составе близкие и совпадающие звуки.

Подобный подход явным образом отличается от принятого в сфере фирменных наименований, регистрация в обозначений, состоящих исключительно из элементов, характеризующих услуги, в том числе указывающих на их вид, по общему правилу не допускается. Согласно п. 2 ст. 1473 ГК РФ фирменное наименование юридического лица должно содержать указание на его организационно-правовую форму и собственно наименование юридического лица, которое не может состоять только из слов, обозначающих род деятельности.

Таким образом, мы видим, что с выходом правовых актов, которые регулируют гражданско-правовые отношения в области интеллектуальной собственности, в частности фирменные наименования управляющих компаний, появилось множество спорных вопросов, разрешение которых требует участия эксперта-лингвиста и разработки единой методики определения сходства фирменных наименований до степени смешения, что объясняет актуальность данной работы;

Литература и источники

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 N 230-ФЗ (ред. от 23.05.2018). Статья 1473. Статья 1474. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.gk-rf.ru> (дата обращения: 10.02.2020).

2. Новчихина М. Е. О некоторых трудных случаях лингвистической экспертизы товарных знаков//ВЕСТНИК ВГУ. Серия: Филология. 2012, №1. С. 221-227.

3. Письмо Минстроя России от 21.06.2018 N26618-АЧ/04 Об оценке тождественности или схожести фирменных наименований лицензиатов [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://ppt.ru/docs/pismo/minstroy/n-26618-ach-04-201870>(дата обращения: 10.02.2020).

4. Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Наука, 1988. - 192 с.

5. Федеральный закон от 31.12.2017 № 485-ФЗ "О внесении изменений в Жилищный кодекс Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201712310005> (дата обращения: 25.04.2020).

6. Шимкевич Н.В. Русская коммерческая эргонимия: Прагматический и лингвокультурологический аспекты: дис... канд. фил. наук: 10.02.01//Шимкевич Н.В.- Екатеринбург 2002.-179с.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Дударева Я.А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81-114

РЕЧЕВОЙ ПОРТРЕТ ШКОЛЬНИКА, РЕПРЕЗЕНТИРОВАННЫЙ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»

Медведева Ю. С.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

iulia2255@mail.ru

Статья посвящена рассмотрению языковой личности школьника и его речевого портрета в социальных сетях. В настоящее время коммуникация в пространстве интернета является неотъемлемой частью жизни современного школьника. Однако в виртуальном общении учащихся школы зачастую прослеживаются нарушение норм русского литературного языка и использование стилистически сниженной лексики (сленга, жаргона). В работе представлена типология языковых личностей учеников. Анализ языкового материала позволил вычленить ключевые лексемы и словосочетания записей и комментариев школьников в социальной сети «ВКонтакте» и выявить их смысловые блоки.

Ключевые слова: языковая личность школьника, речевой портрет школьника, социальные сети, коммуникация, стилистически сниженная лексика, бесконфликтный, конфликтный.

THE SPEECH PORTRAIT OF A SCHOOLBOY, REPRESENTED ON A SOCIAL MEDIUM PLATFORM «VKONTAKTE»

Medvedeva Y. S.

Kemerovo State University

The article is connected with consideration of the language personality of the schoolboy and his speech portrait on social media. These days communication in the Internet space forms an integral part of the modern schoolboy's life. However, in the virtual communication of school students we observe breaking of the Russian literary standards and usage of stylistically reduced lexis (slang, jargon). This work presents a Linguistic Typology of the school student' personalities. The analysis of language material allowed articulating of key lexical items and combination of posts and comments of school students on a social media platform «VKontakte» and identifying their conceptual blocks.

Key words: linguistic typology of the school student, speech portrait of the school student, social networks, communication, stylistically reduced lexis, nonconfrontational, argumentative.

Ключевой тенденцией современного образования является его гуманизация, т. е. ориентация на гармоничное развитие личности с учётом её индивидуальных особенностей. Главной составляющей личности является язык как средство общения и познания мира. В последние несколько лет *языковая личность* стала объектом изучения многих исследователей. Ю. Н. Караулов определяет *языковую личность* как «совокупность способностей и характеристик человека, обуславливающих создание и восприятие им речевых произведений (текстов)» [2, с. 119].

Современная лингвистика антропоцентрична. Она направлена не на рассмотрение вопросов «формирования у ребёнка языковой структуры, а на развитие коммуникативных навыков у детей дошкольного возраста и «самонаучение языку как многоуровневой системе коммуникации» (К. Ф. Седов) у школьников» [1, с. 3].

Современный коммуникативный процесс реализуется в разных форматах, в том числе коммуникация в пространстве интернета. Объектом нашего исследования являются записи школьников, размещённые в сообществе в социальной сети «ВКонтакте» и комментарии к ним. Предметом – языковая организация записей и комментариев школьников. Цель данного исследования заключается в выявлении особенностей речевого портрета школьника, репрезентированного в социальных сетях.

Гипотеза исследования заключается в следующем: речевой портрет школьника, репрезентированный в социальных сетях, отражает языковую личность, осуществляющую письменную речь с нарушением норм русского литературного языка, с использованием сленга, жаргонной лексики.

Материалом исследования являются записи, размещённые в сообществе социальной сети «ВКонтакте» (ссылка на социальную сеть: <https://vk.com/>), и комментарии к ним.

В процессе анализа комментариев нами была разработана классификация языковых личностей, и в соответствии с ней мы выделили два типа языковых личностей школьников: **бесконфликтный** и **конфликтный**.

Бесконфликтный тип встречается чаще. В нём можно выделить две группы: *вежливую* и *нейтральную*.

Вежливая. Для данной группы характерны вежливость, отсутствие негатива, элементы этикета. На основе лексико-семантического анализа мы выявили несколько смысловых блоков:

1. «Знакомств
а»

Этот смысловой блок представлен в следующих записях:

1) Неизвестны
й пользователь:

#ищу АНОН

1 марта в джеме компания пацанов ходили на соника. Вас было вроде бы 5 или 6, сеанс был в 15.15, 6 ряд 7,8,9.... Хотела бы познакомиться. Админ пропусти пж. Админу в кино сходить 🤗❤️🌈

2) Неизвестны
й пользователь:

#ищу Анон Девочка была сегодня в матрёшке. Ходила вроде к Лору. С чёрными волосами, ростом от 160-170 примерно. 29 февраля в 15:00. Ещё переглянулись) на вид ей лет 15-16. Была ещё с бабушкой. Найдись) Анонимно, пожалуйста Админу всего наилучшего, любви, счастья, здоровья) (◦ •ω • ◦) /❤️

Ключевые лексемы и словосочетания: *искать, хотеть познакомиться, компания пацанов, девочка, чёрные волосы, рост, анон, админ, пж.*

2. «Помощь»

Этот смысловой блок представлен в следующих записях:

1) Неизвестны
й пользователь:
#гдекупить
Всем салам 🙏
Кто знает гдеее найти эту шоколадку, все пересмотрел, нету...
Анон
Админ, желаю жизненных успехов и что б все что ты пожелаешь будет сразу де
сбываться 🙏😊

2) Неизвестны
й пользователь:
#вопрос Кто был на конкурсе по переводу в 19 школе Где можно посмотреть
результаты?
Анон Админу конфеток 🍬🍬

3) Неизвестны
й пользователь:
#гдекупить Анонимно Ребят, нужна помощь:) Кто-нибудь знает где такую ручку
купить можно? Нашла в кабинете на полу, а она такая кайфовая:))))
Ключевые лексемы и словосочетания: помощь, где купить, найти шоколадку,
посмотреть результаты, ручку купить, кайфовая, нету, салам, анон, админ.
Мы видим, что данная группа использует стилистически сниженную лексику: *кайфовая, пацаны, пж, нету* и др.

Нейтральная. Для данной группы характерно отсутствие элементов этикета и конфликта. На основе лексико-семантического анализа мы выявили несколько смысловых блоков:

1. «Помощь»

Этот смысловой блок представлен в следующих записях:

1) Неизвестный пользователь:

#гдекупить

где купить высокие чёрные конверсы в нашей дыре?

Анонимно

2) Неизвестный пользователь:

кароч #ищу

у кого можно проколоть септум? без родаков, мне 14 не дорого желательно (но чтобы всё было дезинфицировано), + там же купить украшение (титан) октябрьский район анон

Ключевые лексемы и словосочетания: купить высокие чёрные конверсы, проколоть септум, купить украшение, дыра, без родаков.

2. «Выражени
е оценки»

Этот смысловой блок представлен в следующих комментариях:

1)

Данилевская:

С кайфом

2)

Настя

Горяшина:

👍 Офигенная 👍👍

3)

Антон

Виникевич:

Эта что Никита?

Если это он, то нифиговый прикидончик

Ключевые лексемы и словосочетания: кайф, офигенная, нифиговый прикидончик.

Мы видим, что данная группа использует стилистически сниженную лексику: *дыра, родаки, кайф, офигенная, нифиговый прикидончик*.

Конфликтный тип. Этот тип встречается реже. Для него характерны указания на недостатки, недовольства, различная степень негатива. На основе лексико-семантического анализа мы выявили несколько смысловых блоков:

- 1.** **«Злой юмор»**
- Этот смысловой блок представлен в следующих комментариях:
- 1) Нуриддин Ибрагимов:
Анастасия, ты хочешь умереть?
- 2) Никита
Бутербродский:
Не боишься ногу сломать?
- 3) Юля Сергеева:
Беды с башкой?)
- Ключевые лексемы и словосочетания: *хотеть умереть, бояться ногу сломать, беды с башкой.*
- 2.** **«Недовольс тва»**
- Этот смысловой блок представлен в следующих комментариях:
- 1) Олег
Селезнев:
Зач писать не зная даже лица
- 2) Даша
Чаузова:
Как же достало это постеснялись, вы кто в конце концов парни или бабы? 😏
- 3) Сергей
Александров:
Иди русский учи 😂
- 4) Кирилл
Попов:
Хотелось бы, что бы ты умел нажимать "пробел ")
- Ключевые лексемы и словосочетания: *зач писать, достало это постеснялись, русский учить, уметь нажимать пробел, парни, бабы.*
- Мы видим, что в комментариях данного типа встречается стилистически сниженная лексика: *башка, достало, бабы, зач*.
- Таким образом, нами было проанализировано 17 комментариев и записей, из них сниженная лексика была обнаружена в 13, что составило 76 %. Это свидетельствует о частоте её использования школьниками.

Литература и источники

1. Лемяскина, Н. А. Развитие языковой личности и её коммуникативного сознания (на материале речевого поведения младшего школьника): автореф. дис. ... д-ра филолог. наук: 10.02.19 / Лемяскина Наталия Александровна. – Воронеж, 2004. – 38 с.
2. Милованова, Л. А. Языковая личность: лингводидактические характеристики / Л. А. Милованова // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2005. - № 3. – С. 119-124.
3. Солдатова, Г. У. Особенности межличностных отношений российских подростков в социальных сетях / Г. У. Солдатова, О. И. Теславская // Национальный психологический журнал. – 2018. – № 3. – С. 12-20.

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Ким Л.Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81'42

**РЕЧЕВОЙ ИМИДЖ ЖЕНЩИНЫ-ПОЛИТИКА И МУЖЧИНЫ-ПОЛИТИКА
В РОССИИ: СОПОСТАВИТЕЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ**

Перевозчикова В.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

veradavydenko@mail.ru

Основное содержание исследования составляет изучение политического речевого имиджа, изучение речевого имиджа женщины-политика и мужчины-политика, сопоставление имиджей в рамках гендерного различия по определенным категориям. В данной статье кратко рассматриваются основные положения работы и общая теория имиджологии, в которой была разграничена терминология. Теоретическая база анализа, в основном, опирается на труды Е.В. Осетровой, по представленным в ее работе параметрам определяется характеристика речевого имиджа. Работа также опирается на труды других ведущих ученых в области имиджологии. Целью работы является сопоставление и разграничение речевого имиджа женщины-политика и мужчины-политика по определенным аспектам. Работа поможет определить уровень современной тенденции к созданию имиджа по гендерному различию в политической сфере.

Ключевые слова: имиджология, речевой имидж, имидж, политический речевой имидж, образ, женщина-политик, мужчина-политик, сопоставление.

**SPEECH IMAGE OF WOMEN-POLITICIAN AND MEN-POLITICIAN IN RUSSIA:
A COMPARATIVE STUDY**

Perevozchikova V.A.

Kemerovo State University

The main content of the study is the study of the political speech image, the study of the speech image of a woman politician and a man politician, comparison of images within the framework of gender differences in certain categories. This article briefly discusses the main provisions of the work and the general theory of imagology, in which the terminology was delimited. The theoretical basis of the analysis is mainly based on the works of E.V. Sturgeon, according to the parameters presented in her work, the characteristic of the speech image is determined. The work also draws on the works of other leading scientists in the field of imagology. The aim of the work is to compare and distinguish between the speech image of a woman politician and a man politician in certain aspects. The work will help determine the level of the current trend towards creating an image of gender differences in the political sphere.

Key words: imagology, speech image, image, political speech image, female politician, male politician, comparison.

Для начала рассмотрения вопроса стоит выделить основные понятия. Имиджология – наука, изучающая имидж. По утверждению Е. А. Петровой, «имиджология изучает закономерности формирования, функционирования и управления имиджем человека, организации, товара или услуги; раскрывает универсальное, особенное и единичное в онтологии всех видов имиджей» [1, с. 6].

Имидж – это выстраиваемый образ. Имидж имеет несколько сторон. Одна из них – внешняя, слагаемыми которой выступают одежда и аксессуары, жесты и мимика, характеристики голоса, то есть внешние свойства человека (или внешний аспект).

Кроме внешней, видимой, стороны есть и внутренняя сторона имиджа (или внутренний аспект). И чтобы понять, о чем речь, стоит посмотреть определение: «Имидж – сложившийся или намеренно созданный образ, представление о ком-чем-нибудь; сам внутренний и внешний облик человека» [2, с. 47].

Политический имидж – образ, сложившийся в массовом сознании, имеет характер стереотипа. Политический имидж выстраивается специальными людьми – имиджмейкерами. Их задача – сформировать образ, который будет положительно воспринят публикой, вызывая положительное эмоциональное отношение.

При выстраивании публичного образа берется во внимание не только внешний вид, как уже было сказано, но и такая составляющая личности, как речь. Берется во внимание то, о чем человек говорит, т.е. содержание речи, и то, каким образом он преподносит информацию, т.е. форма речи. Вербальный имидж заключается в манере говорить, в том, какие слова использует личность, насколько богат или скуден его лексикон, какие личностные интонации, какова способность рассуждать логически. У политиков составлением текстов занимаются специализированные люди – спичрайтеры.

При характеристике текстовой составляющей имиджа рассматривается вопрос, что пытаются донести до аудитории говорящий. Определяя структуру текстового компонента, можно использовать идеи Т.В. Шмелевой, которая предложила анализировать политический дискурс по четырем направлениям: 1) ключевые слова, которые выделяются общественным сознанием, также имеют разнообразие внутритекстовых связей; 2) лозунги; 3) модель настоящего, которая отражает видение актуальных положений и носит свою оценку; 4) модель будущего – взгляд на перспективы. К этим четырем направлениям Е.В. Осетрова добавляет еще два пункта: модель прошлого и ключевые идеи и темы.

Для практического анализа мы взяли шесть представителей российской политики. Женщины-политики: Валентина Матвиенко, Мария Захарова и Наталья Поклонская. Мужчины-политики: Сергей Лавров, Дмитрий Песков и Виталий Милонов.

Анализ имиджей проводился на основе описания политического дискурса, ориентированного на восприятие и понимание массового адресата. В зависимости от характера выступления менялась и качественная ориентировка сообщения. Например, В. И. Матвиенко на Евразийском международном форуме ориентируется на женскую аудиторию. Связано это с темой форума. Случаи такой ориентировки редки и полностью зависят от темы выступления и выбора адресата. Внешний имидж, несомненно, различается по гендерному признаку, в большей или меньшей степени. Яркостью образа характеризуются Валентина Матвиенко и Мария Захарова, которые любят использовать в своих нарядах яркие элементы или подбирают одежду ярких цветов, что не сказать о Наталье Поклонской. Мужчины-политики не выделяются яркими элементами наряда (максимум, что может быть, это галстук).

Если говорить о лингвистической составляющей, то есть различия в занимаемой позиции адресанта: мужчины стремятся доминировать в общении, и это проявляется не только на лексическом уровне, но и на синтаксическом: используются императивные конструкции, повелительные формы глагола. Здесь, стоит сказать, менее категоричен Сергей Лавров. Если говорить об экспрессивности, то четко обосновать позицию гендерным различием нельзя. Выбранные представители российской политики наглядно это демонстрируют. Валентина Матвиенко и Сергей Лавров обладают средней (иногда низкой) экспрессивностью и эмоциональностью. Употребление эпитетов, сравнений и уменьшительно-ласкательных суффиксов практически в равной степени характеризует оба пола, кроме последнего пункта (данные суффиксы часто используются для иронических замечаний).

Мы представили только некоторые конкретные пункты, характеризующие различия женщин-политиков и мужчин-политиков. И можно сказать, что роль «женщины» выделяется не так ярко в речевом имидже женщины-политика. Наблюдается тенденция к нейтрализации гендерного признака. Однако есть тенденция к персонализации и

индивидуализации имиджа, которая характерна для обоих полов и определяется необходимостью выделиться, отличаться от всех.

Литература и источники

1. Петрова Е.А. Имиджелогия. – М., 2014.
2. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М., 2010.
3. Крысин Л.П. Социолингвистические аспекты изучения современного русского языка. – М., 1989.
4. Осетрова Е.В. Речевой имидж. – Красноярск, 2004.

Научный руководитель - канд. филол. наук, доц. Оленёв С.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81

СОСТОЯНИЕ ИЗУЧЕНИЯ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Андропова К.Д.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[kseniya.an1709@yandex.ru](mailto:kсениya.an1709@yandex.ru)

Проблема языковой личности – одна из важнейших в современной лингвистике. Происходит процесс гуманизации научных дисциплин, которые изучают человека как представителя социума. Появление концепции языковой личности обусловлено повышенным интересом гуманитарных и социальных наук к человеку как личности, что вывело на новый уровень языкознание, где главенствующим стал антропоцентрический подход к изучению языка. Взаимосвязь языка и личности понимается как проявление индивидуальности человеческого сознания через языковую систему, что предопределяет необходимость учёта личностного начала в языке. В этом контексте утверждается, что языковая личность в современной научной парадигме получила статус многоаспектной и междисциплинарной категории. Статья содержит обзор основных концепций (подходов) в изучении языковой личности на современном этапе, выделяемых в лингвистике. В настоящее время проблема языковой личности исследуется с точки зрения различных подходов. Варианты трактовки и применения концепции языковой личности можно разделить по типу объекта исследования. При помощи анализа языкового материала (текстов) и знания о коммуникативных целях человека (автора) можно составить представление об особенностях языковой личности и определить состояние языка социальной группы, к которой принадлежал или принадлежит автор в какой-либо период времени.

Ключевые слова: языковая личность, язык, лингвистика, концепция, структура, анализ, языковая картина мира.

CURRENT STATE OF LANGUAGE PERSONALITY LEARNING

Andrnova K.D.

Kemerovo State University

The problem of language personality is one of the most important in modern science. There is a process of humanization of scientific disciplines, which study man as a representative of society. The emergence of the concept of linguistic personality is due to the increased interest of the humanities and social sciences in man as an individual, which has brought to a new level linguistics, where the anthropocentric approach to language learning has become the dominant one. The relationship between language and personality is understood as a manifestation of the individuality of human consciousness through the language system, which makes it necessary to account for the personal origin in language. In this context, it is argued that the linguistic

personality in the modern scientific paradigm has gained the status of a multidimensional and interdisciplinary category. The article provides an overview of the basic concepts (approaches) in the study of linguistic personality at the present stage, highlighted in linguistics. The problem of language personality is currently being investigated in terms of different approaches. Variants of interpretation and application of the concept of language personality can be divided by type of object of study. By means of analysis of the language material (texts) and knowledge of the communicative goals of the person (author), it is possible to draw up an idea of the peculiarities of the language personality and to determine the state of the language of the social group to which the author belonged or belongs at any time.

Key words: language personality, language, linguistics, concept, structure, analysis, language picture of the world.

«Язык и культура — важнейшие понятия гуманитарного знания. Социальная сущность языка заключается в том, что он существует, прежде всего, в языковом сознании — коллективном и индивидуальном. Соответственно языковой коллектив, с одной стороны, и индивидуум, с другой стороны, являются носителями культуры в языке» [4].

В центре всех наук, в том числе и о языке, теперь находится человек, к рассмотрению которого подходят со всех сторон: и с точки зрения его взаимосвязи с обществом, и с точки зрения его деятельности, а также с точки зрения особенностей психического состояния.

Человека как личность характеризует его речевое поведение. В связи с этим в науке появился новый термин — языковая личность. Познание окружающего мира человеком происходит за счет осознания себя, своей деятельности в социуме. Все это отражается в речи, поэтому центром внимания становится личность носителя языка — языковая личность [3].

Проблема языковой личности — одна из ключевых в современной науке. Во всех научных дисциплинах, которые изучают человека, происходит процесс гуманизации. Так как много дисциплин, то и подходов к изучению человека, как языковой личности, существует несколько.

Первым, кто разработал концепцию языковой личности, является Ю.Н. Караулов. Ее он представил в своей монографии «Русский язык и языковая личность». Идея этой концепции заключается в том, что «каков человек, таковы его и речи», то есть речь отражает поведение и мышление человека.

Гуманитарные и социальные науки все больше и больше проявляют интерес к человеку, как к языковой личности. В связи с этим антропоцентрический подход к изучению языка стал главным, что позволило языкознанию выйти на новый уровень. Само понятие языковой личности уже было в отечественной лингвистике. Его можно встретить в трудах В.В. Виноградова «О художественной прозе», Ф.В. Буслаева «О преподавании отечественного языка». В этих работах уже видно, что главным объектом исследования является не язык, а языковая личность.

Широкое освещение и развитие концепция языковой личности получила в лингводидактике. Ф.В. Буслаев говорил о единстве родного языка и личности ученика. «Родной язык так сросся с личностью каждого, — пишет Ф.И. Буслаев, — что учить одному значит вместе с тем и развивать духовные способности учащегося» [5, с.93]. Г.И. Богин понятие языковой личности объяснял следующим образом — «человек, рассматриваемый с точки зрения его готовности исполнять речевые поступки и принимать произведения речи» [1, с.3]. Язык — это форма, способ жизнедеятельности человека, способ вербализации человеческого опыта и сознания, способ общения с социумом. Его нельзя изучать отдельно от человека [2, с.9 -10].

Еще один подход к изучению языковой личности — психологический. Его можно увидеть в работах И.А. Бодуэн дэ Куртэнэ и Ю.Н. Караулова. В психолингвистике речь рассматривается как вид деятельности человека и анализируется с точки зрения общей

психологии. Языковая личность рассматривается как совокупность эмоциональных характеристик и воли человека. Психолингвистика, таким образом, изучает механизмы порождения и восприятия речи [5, с.35].

В интерпретации В.И. Карасика языковая личность представлена с точки зрения коммуникативной лингвистики и рассматривается в трех аспектах: ценностном, познавательном и поведенческом. Исследователь говорит об образе «носителя культурно-языковых и коммуникативно-деятельных ценностей, знаний, установок, и поведенческих реакций» [4, с.22].

По мнению Ю.Н. Караулова языковая личность – это «совокупность способностей и характеристик человека, обуславливающих создание им речевых произведений (текстов)» [5, с.35]. В этом понятии прослеживается связь языка с мировоззрением и индивидуальным сознанием личности. В связи с этим исследователь в структуре языковой личности выделяет несколько уровней, но они тесно друг с другом связаны: 1) нулевой, или вербально-семантический (лексико-грамматический), 2) первый, или лингвокогнитивный, 3) второй, или мотивационный.

На первом уровне создаются тексты, происходит вербализация мыслей в актах коммуникации. Далее происходит возникновение представлений, составляющих индивидуальную картину мира человека. На третьем уровне определяются мотивы и цели происхождения текстов, которые отражают языковую модель мира личности.

Основываясь на анализе только языковых средств языковых средств, которые употребляет человек, невозможно сделать выводы о его языковой картине мира. Поэтому Ю.Н. Караулов больше уделяет внимание изучению и анализу текстов отдельных языковых личностей.

Варианты трактовки и применения концепции языковой личности можно разделить по типу объекта исследования, поэтому она востребована в различных науках.

Общим для всех концепций является структурное деление языковой личности по Ю.Н. Караулову – это основа исследований, связанных с человеком. При помощи анализа языкового материала (текстов) и знания о коммуникативных целях человека (автора) можно составить представление об особенностях языковой личности и определить состояние языка социальной группы, к которой принадлежал или принадлежит автор в какой-либо период времени.

Литература и источники

1. Богин Г.И. Концепция языковой личности: Автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – М., 1982.
2. Богин Г.И. Типология понимания текста. – Калинин: Калининский ун-т, 1986. – 87 с.
3. Григорьева-Голубева В.А. Становление гуманистических ценностей педагога (в аспекте языковой личности): Дис. ... докт. пед. наук. – СПб., 2002. – 280 с.
4. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград, 2002. – 8 с.
5. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность: Моногр. – М., 2004.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Синегубова К.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81'33

НЕЙМИНГОВАЯ ЭКСПЕРТИЗА ЭРГОНИМОВ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Ушакова А. А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

Ushakova26c4u@mail.ru

В данной статье представлены теоретические и практические аспекты проведения лингвистического анализа эргонимов. Эргоним – это широкое лингвистическое понятие, в область изучения которого входит фирменное наименование. Требования к фирменному наименованию устанавливаются Гражданским Кодексом и другими законами. Права на фирменное наименование определяются в соответствии с правилами раздела VII ГК РФ. В статье рассмотрены случаи несоответствия фирменного наименования требованиям, установленным законом. Актуальность данной работы связана с тем, что существующие спорные ситуации по защите исключительных прав на фирменные наименования требуют разработки методологии их решения. Практическая значимость исследования состоит в перспективности развития данной темы для разработки методики проведения нейминговой экспертизы. Для дальнейшего исследования необходимо более детальное изучение спорных ситуаций по делам о защите исключительных прав на фирменные наименования и лингвистическом анализе таких ситуаций.

Ключевые слова: эргоним, нейм, нейминговая экспертиза, фирменное наименование, Единый государственный реестр юридических лиц.

NAMING EXAMINATION OF ARGONYMS OF THE KEMEROVO REGION

Ushakova A. U.

Kemerovo State University

This article presents theoretical and practical aspects of the linguistic analysis of ergonyms. Ergonym is a broad linguistic term which also studies the brand name. The requirements for a company name are established by the Civil Code and other laws. Rights of a company name are determined according to the rules of Section VII of the Civil Code of the Russian Federation. The article describes the cases of company names which don't follow the requirements established by law. The work is relevant due to the fact that there are disputes regarding the protection of exclusive rights to commercial names which require developing a methodology for their solution. Practical significance of the study is considered in perspective of developing a methodology for a naming expertise. For further research, a more detailed study of controversial cases in cases of protecting exclusive rights to brand names and a linguistic analysis of such situations is necessary.

Keywords: ergonym, name, naming examination, the brand name, The unified state register of legal entities.

«Эргоним - разряд онима. Собственное имя делового объединения людей, в том числе союза, организации, учреждения, корпорации, предприятия, общества, заведения, кружка» [1, с. 151].

Эргонимы имеют информационную и воздействующую функции [2, с. 105]. Информационная функция эргонимов подразумевает сообщение, имеющее минимальную информацию об объекте номинации. Воздействующая функция эргонимов заключается в создании наименования, которое бы вызывало «запрограммированные» заказчиком ассоциации.

Эргоним может быть присвоен коммерческому и некоммерческому объединению. Эргоним не всегда имеет юридическую закрепленность за тем или иным объектом. Эргоним может назвать определенные учреждения (кафе, магазины) и различные кружки, партии.

Под фирменным наименованием понимается то наименование, под которым в гражданском обороте выступает коммерческая организация. Фирменное наименование индивидуализирует организацию среди других участников гражданского оборота [3].

Фирменное наименование дает потребителю представление о предоставляемых организацией услугах. Оно формирует конкретный образ в создании индивида, оно не характеризуется (как другие имена собственные) отсутствием социально-закрепленной

информации, иными словами, занимает особое место в ряду имен собственных и может быть причислено к разряду «квазисобственных» имен [4, с. 26].

Термины «эргоним» и «фирменное наименование» в системе ономастических единиц сосуществуют. Лингвистический статус эргонима нельзя установить без оценки его роли в языковом пространстве. На данный момент времени не существует единого подхода к определению этого термина в связи с рассмотрением его разными учеными с разных сторон.

Эргонимия – это «совокупность названий промышленно-хозяйственных объектов, в частности какого-либо региона» [5 с. 8]. Эргоним – это «обозначение социальных объединений» [6, с. 20].

Термин нейм является результатом обратного словообразования от термина нейминг. В понятии «нейминговая экспертиза» термин «нейм» используется как родовой по отношению к видовым (личное имя, псевдоним, прозвище, доменное имя, географическое название, урбаноним, товарный знак, знак обслуживания, фирменное наименование, коммерческое обозначение, наименование места происхождения товара).

Термин «нейминг» используется как экономический, маркетинговый, коммерческий. Нейминг – комплекс работ, связанных с созданием звучных, запоминающихся и точных названий для предприятий, проектов и интернет-сайтов [7 с. 16].

Нейминговая экспертиза представляет собой особый род, сформировавшийся внутри класса лингвистических экспертиз в соответствии с особенностями объектов (неймов), кругом решаемых задач и характером используемых специальных знаний [8, с. 31].

Нейминговая экспертиза сформировалась в отдельный класс внутри лингвистической экспертизы. Нейминговая экспертиза включает в себя лингвистическое исследование нейма как речевого продукта и решение вопросов, требующих применения специальных знаний в лингвистике, ономастике, судебном речеведении и судебной экспертологии.

Предмет нейминговой экспертизы – установление фактических данных и обстоятельств функционирования неймов, подлежащих доказыванию по конкретному делу. Основа нейминговой экспертизы – специальные знания в области судебного речеведения, лингвистики, ономастики и судебной экспертологии.

Нейминговая экспертиза проводится для установления соответствия нейма требованиям Конституции Российской Федерации, нормам этики и морали.

Нейм в значении нейминговой экспертизы исследуется как самобытная и оригинальная часть, необходимая для комплекса работ, связанных с созданием фирменного наименования.

Юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, выступает в гражданском обороте под своим фирменным наименованием, которое определяется в его учредительных документах и включается в единый государственный реестр юридических лиц при государственной регистрации юридического лица.

Согласно пункту 4 статьи 1473 ГК РФ в фирменное наименование юридического лица не могут включаться наименования иностранных государств, наименования федеральных органов государственной власти РФ, наименования общественных объединений и обозначения, противоречащие принципам гуманности и морали.

Фирменное наименование «РосИнтелПро» не соответствует требованиям ГК РФ из-за наличия компонента –рос, которое можно ассоциировать с Россией, Российской Федерацией. Фирменное наименование вводит потребителя в заблуждение и в соответствии с пунктом 4 статьи 1473 ГК РФ обязано исключить компонент –рос.

Анализируя словесные наименования с компонентами –рос, было выявлено наличие ассоциативной связи с наименованием Россия и понятием государство. Ассоциативная связь обусловлена наличием компонентов –рос, содержащегося в фирменных наименованиях.

Сходство эргонимов с наименованием Россия и понятием государство определяется по смысловым, фонетическим и графическим признакам.

Смысловое сходство эргонимов с наименованием Россия и понятием государство определяется указанием на различную организационно-правовую форму юридических лиц.

Фонетическое сходство определяется наличием ассонанса (совпадение или близость к наименованию Россия и понятию государства по произношению, созвучности).

Графическое сходство определяется одинаковым написанием компонента –рос и наименования Россия и понятием государство.

Литература и источники

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 N 230-ФЗ (ред. от 23.05.2018). Статья 1473. Фирменное наименование [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.gk-rf.ru>.

2. Кондратова А. В. Функции эргонимов в аспекте их классифицирующей характеристики. Тамбов: Грамота. 2018. №9(87). Ч. 1. С. 105-108.

3. Новичихина М. Е. О некоторых трудных случаях лингвистической экспертизы товарных знаков // ВЕСТНИК ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2012, №1. С. 221-227.

4. Подольская С. Н. Словарь русской ономастической теории. М. 2008. С. 151.

5. Соколова Т. П. Роль специальных знаний в нейминговой экспертизе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-spetsialnyh-znaniy-v-neymingovoy-ekspertize>.

6. Соколова Т. П. Нейминговая экспертиза в сфере судебно-экспертной деятельности // Известия ТулГУ. Экономические и юридические науки. Юридические науки. Тула: Изд-во ТулГУ. Вып. 4, ч. II. С. 369-374.

7. Соколова Т. П. Нейминговая экспертиза: генезис, проблемы, перспективы // Вестник университета им. О. Е. Кутафина (МГЮА). 2014. N 3. С. 142 – 150.

8. Соколова Т. П. Нейминговая экспертиза: организация и производство // Издательство «Юрлитинформ». М. 2016.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Дударева Я. А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81,35

ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДОКУМЕНТ КАК ПОКАЗАТЕЛЬ РАЗВИТИЯ ОРФОГРАФИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ РУССКОГО ЯЗЫКА

Франциско А.С.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

nastia19f@yandex.ru

Работа посвящена определению характера изменений орфографической системы русского языка, представленных в официальных документах. Автором проведено исследование документов, опубликованных после принятия реформы 1917-1918 гг. При сравнительном анализе выяснено, что документ (Декрет о мире, принятый единогласно на заседании Всероссийского съезда Советов рабочих, солдатских и крестьянских депутатов 26 октября 1917 года), написанный сразу после официального принятия реформы, не отражает изменения системы правописания послереформенного периода, в отличие от документа (объявление красного коменданта города Одессы 27 апреля 1919 года), изданного через год после реформы. Официальные документы, написанные сразу после принятия официальной реформы, показывают процесс принятия реформы в обществе.

Ключевые слова: история орфографии, орфография, реформа орфографии, реформа языка, правописание, официальный документ, языковая политика.

OFFICIAL DOCUMENT AS AN INDICATOR OF THE DEVELOPMENT OF THE SPELLING SYSTEM OF THE RUSSIAN LANGUAGE

Frantcishko A.

Kemerovo State University

The work is devoted to determining the nature of changes in the spelling system of the Russian language presented in official documents. The author conducted a study of documents published after the adoption of the reform of 1917-1918. A comparative analysis found that the document (the Decree on peace, adopted unanimously at the meeting of the all-Russian Congress of Soviets of workers', soldiers' and peasants' deputies on 26 October 1917), written immediately after the official adoption of the reform, does not reflect changes to the spelling post-reform period, in contrast to document (ad red commandant of the city of Odessa on April 27, 1919), published a year after the reforms. Official documents written immediately after the adoption of the official reform show the process of adoption of the reform in society.

Key words: the history of spelling, spelling, spelling reform, language reform, spelling, official document, language policy.

Современное состояние орфографии основывается на системе развития правописания с момента создания правил письменной речи. Актуальность и новизна исследования определяются необходимостью изучения принципов русской орфографии, формировавшихся в течение нескольких веков, объясняющих основные тенденции развития современной орфографической системы.

Объект исследования – документы (Декрет о мире, принятый единогласно на заседании Всероссийского съезда Советов рабочих, солдатских и крестьянских депутатов 26 октября 1917 года; объявление красного коменданта города Одессы 27 апреля 1919 года), отражающие становление и развитие русской орфографии.

Предмет исследования - сравнительный анализ изменений орфографической системы русского языка.

Цель: определить характер изменений русской орфографии, представленный в официальных документах.

Задачи:

1. Создание теоретической базы исследования;
2. Выбор и анализ официальных документов (Декрет о мире, принятый единогласно на заседании Всероссийского съезда Советов рабочих, солдатских и крестьянских депутатов 26 октября 1917 года; объявление красного коменданта города Одессы 27 апреля 1919 года);
3. Определение характера изменений русской орфографии, выявленных в результате анализа документов.
4. Сравнение степени представленности орфографических изменений в документах различных годов.

История русской орфографии насчитывает несколько реформ, самыми важными из которых являются реформа Петра I и реформа 1917-1918 гг.

В результате реформы орфографии, проведенной Петром I, в правописании произошли следующие изменения:

1. Изменилось начертание внешнего вида букв. Полуустав был заменен на гражданский шрифт;
2. Ликвидация ряда букв, отказ от надстрочных знаков, которые раньше употреблялись очень широко;
3. Появилась новая буква «э»;
4. Началось формирование правил употребления прописных букв и знаков препинания.

Следующей своеобразной реформой стала попытка унифицировать правописание, сделанная Я.К.Гротом. В своем труде «Справочник русского правописания» он заложил основы русской орфографии. Также Я.К. Грот возглавлял работу по созданию «Словаря русского языка». Это был первый нормативный словарь, отразивший, по утверждению Грота, «общеупотребительный в России литературный язык в том виде, как он образовался со времен Ломоносова».

Реформа русской орфографии 1917-1918 гг. проходила в три этапа:

1. Создание специальной Комиссии по вопросу о русском правописании. Результатом деятельности этой комиссии стал проект реформы.

2. Провозглашение реформы Временным Правительством. Результатом этого этапа стало то, что официально реформу провозгласили, но журналы, газеты, книги продолжали печататься по старой орфографии.

3. 15 октября 1918 года пришедшие к власти большевики издали «Декрет о введении новой орфографии». И уже с 1919 года новая орфография стала обязательной на территории, контролировавшейся советской властью.

Таким образом, в результате реформы 1917-1918 гг. произошли следующие изменения:

1. Произошло сокращение длины слов из-за отмены твёрдого знака в конце слова. Уменьшение оказалось столь существенным, что значительно повлияло на экономию бумаги. Почти полностью исчезли этимологические написания, то есть те, которые надо было запоминать. В этом смысле, с научной точки зрения, орфография стала более последовательной.

2. Были устранены устаревшие, ничем не мотивированные написания грамматических морфем типа *-аго* в прилагательных.

3. Непоследовательное написание приставок было сохранено.

4. Упразднив букву «ѣ», создатели новой орфографии не обратили внимания на то, что в некоторых случаях «е» и «ѣ» всё-таки в произношении различаются (как в случае *сель* и *сьель*). Был нарушен основной принцип русской орфографии – принцип единства графического вида морфем: мы пишем гласную так, как произносим её под ударением (*стена* ~ *стены*, *вода* ~ *воды*).

5. Значительно увеличилось число омографов. Это довольно большой класс слов, и это явление отрицательно оценивалась филологами, потому что «раньше правописание различало смыслы, а теперь оно их не различает».

Для того чтобы показать характер орфографических изменений, произошедших после проведения реформы 20-х годов XX века, проведен анализ официальных документов, изданных после орфографической реформы 1917-1918 г. Для исследования взяты следующие документы: Декрет о мире, принятый единогласно на заседании Всероссийского съезда Советов рабочих, солдатских и крестьянских депутатов 26 октября 1917 года; объявление красного коменданта города Одессы 27 апреля 1919 года.

Анализ документа, написанного в конце октября 1917 года (Декрета о мире, принятого единогласно на заседании Всероссийского съезда Советов рабочих, солдатских и крестьянских депутатов 26 октября 1917 года), показал, что орфографическая система еще сохраняет изменения дореформенного правописания, такие как: частотное употребление буквы «ѣ»;

1. «ѣ» в конце слова;

2. буква «і» преимущественно перед гласными;

3. безударные окончания мужского / среднего рода единственного числа у прилагательных на *-й*: *-аго*.

Исследование документа, написанного в конце апреля 1919 г. (объявление красного коменданта города Одессы 27 апреля 1919 года), показало, что послереформенная орфографическая система практически идентична современной, за исключением апострофа

вместо ъ, характерного для послереформенного правописания. В результате анализа выявлены следующие особенности системы правописания после реформы:

1. Отсутствие ъ на конце слова;
2. Отсутствие буквы «і» перед гласными;
3. Употребление е вместо буквы «ѣ».

Таким образом, при сравнительном анализе документов было выяснено, что документ, написанный сразу после официального принятия реформы, не отражает изменения системы правописания послереформенного периода, в отличие от документа, изданного через год после реформы. Официальные документы, написанные сразу после принятия официальной реформы, показывают процесс принятия реформы в обществе.

Литература и источники

1. Абрамова В.Ю. К вопросу о динамике орфографических изменений. // Альманах современной науки и образования. - 2009. - № 8-2. - С. 12-16.

2. Бѣрезнев В.И. Орфографическая реформа 1917-1918 гг. И её оценка глазами современников: взгляд из XXI века. // Русский язык в славянской межкультурной коммуникации. Сборник научных трудов по итогам Международной научной конференции, посвящённой памяти д. филол. н., профессора К.А. Войловой. Ответственный редактор О.В. Шаталова. - 2019. - С. 33-40.

3. Григорьева, Т. М. Реформа русской орфографии: от "книжной искусственности к живой простоте" / Т. М. Григорьева [Текст] // Русский язык в школе. - 2017. - № 3. - С. 67-70. - ISSN 0131-6141. - (Лингвистическое наследство) (К 100-летию реформы русской орфографии). - Библиогр.: с. 70

4. Друговейко-Должанская С.В. История русской орфографии. // Русский язык. Школьный энциклопедический словарь. - Санкт-Петербург, 2014. С. 126-130.

5. Замятина И.В. Реформа русской орфографии 1917-1918 годов: плюсы и минусы. // Социальное государство и социальная политика в контексте мирового кризиса и столетия революционного Октября. Сборник научных трудов. Под редакцией Б.Ю. Кагарлицкого, А.В. Очкиной. - Пенза, - 2017. - С. 265-270.

6. Копачѣв Р.Р., Ковалева Н.А. Реформы русского языка. // Гуманитарные науки. Сборник научных трудов IV Республиканской конференции молодых учёных, аспирантов, студентов. - 2018. - С. 182-187.

7. Лопатин В.В. Русская орфография: задачи корректировки // Новый мир, 2001, №5.

8. Науменко С.В. Реформа орфографии 1917-1918 годов и буква ъ. // Русский язык в школе и дома. - 2017. - № 12. - С. 2-6.

9. Немцева (Плахотя) В.В., Чебанов С.В. Лингвостатистические последствия орфографической реформы 1918 г. // Структурная и прикладная лингвистика. - 2010. - № 8. - С. 60-90.

10. Осипов Б.И. История русской орфографии и пунктуации. - Новосибирск, Изд-во НГУ, 1992. - 253с.

11. Плетнева А.А. Народное правописание и реформа орфографии 1917-1918 годов. // Труды института русского языка им. В.В. Виноградова. - 2017. - Т. 13. - С. 466-474.

12. Плунгян В. А. Русская дореформенная орфография: как? почему? зачем? // #ТОТСБОРНИК: Сборник научных трудов по материалам Тотального диктанта. — НГУ, Новосибирск, 2017. — С. 5–35.

13. Русское правописание / Руководство, составленное по поручению Второго отделения Императорской академии наук академиком Я. К. Гротом. — 11-е изд. — СПб.: Типография императорской академии наук, 1894. — С. 2.

14. Рыжкова-Гришина Л.В. О реформах русского языка: исторический взгляд. // История в подробностях. - 2012. - № 9. - С. 94-98.

УДК 81

ДИФФАМАЦИОННОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ В РОССИЙСКИХ РЭП-БАТТЛАХ

Халилов Р.И.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

mactavischgames3012@gmail.com

Статья посвящена выявлению средств диффамационного воздействия в жанре рэп-баттлов. В последнее время этот жанр пользуется высокой популярностью. Особенное внимание и развитие он получил именно в России. Такие противостояния рэперов собирают в Интернете миллионы просмотров среди молодежной аудитории. В жанре уже имеется множество успешных представителей с характерными тактиками и стратегиями диффамационного воздействия. Одна из задач статьи – выявить эти характерные особенности и разделить баттл-рэперов на несколько разновидностей. Для этого, прежде всего необходимо разобраться с историей возникновения диффамационных жанров. Путь этот начинается еще с Демосфена и Цицерона. Затем мы обсудим возникновение рэпа и рэп-баттлов. Так как сам жанр рэпа и рэп-баттлов возник в США, мы выявим характерные особенности этого жанра в России. И уже перейдя к его современному состоянию, мы проанализируем тексты отечественных баттл-рэперов. Здесь интересны темы совмещения низкого (обценная лексика, темы телесного низа и т.д.) и высокого (отсылки к художественным произведениям прошлого, к философам), морально-этический вопрос и многое другое.

Ключевые слова: диффамационное воздействие, российский рэп-баттл, диффамационные жанры, современная культура, стратегии и тактики диффамационного воздействия, речевая агрессия.

DEFAMATORY INFLUENCE IN THE RUSSIAN RAP BATTLES

Khalilov R.I.

Kemerovo State University

The article is devoted to the identification of means of defamation in the genre of rap battles. Recently, this genre is very popular. It received special attention and development precisely in Russia. Such confrontations rappers collect on the Internet millions of views among young people. There are already many successful representatives in the genre with characteristic tactics and strategies of defamatory influence. One of the objectives of the article is to identify these characteristic features and divide the battle rappers into several varieties. For this, first of all, it is necessary to understand the history of the emergence of defamatory genres. This path begins with Demosthenes and Cicero. Then we discuss the emergence of rap and rap battles. Since the genre of rap and rap battles itself originated in the USA, we will reveal the characteristic features of this genre in Russia. And having already passed to its current state, we will analyze the texts of domestic battle rappers. Here, the topics of combining the low (obscene vocabulary, the theme of the corporal bottom, etc.) and the high (references to works of art of the past, to philosophers), moral and ethical issues, and much more are interesting.

Key words: defamatory influence, Russian rap battle, defamatory genres, modern culture, strategies and tactics of defamatory influence, speech aggression.

Российские баттлы уже стали предметом рефлексии культурологов, от-метивших сочетание высокого и низкого как их характерную черту – мы остановимся на другом: на некоторых национальных особенностях ведения баттлов в российской и американской культуре, откуда они пришли, возникнув в афроамериканских кварталах, но своей популярностью российские баттлы превзошли американских предшественников. Однако, чтобы перейти к национальной специфике, следует оговорить некоторые дискурсивные особенности российских баттлов, открывающиеся при рассмотрении «рэп-дуэлей» с участием разных российских рэперов.

Так, для российских баттлов характерно:

1) включение в текст компонентов традиционной «высокой» культуры, реализующееся прежде всего в использовании имен и сюжетов мировой культуры, напр.: всем заранее было известно, чем закончится история Голиафа со звездой Давида (Басота – Драго);

2) вычленение из социума личности противника по национальному признаку:

Хуже всего вы – творцы этой поганящий вкусовщины. / Где третьесортный ремикс Есенина или первосортный Олдоса Хаксли. / Имеют социальное одобрение, но мне до п... еврейские сказки. / Я не слушаю «ГорГород», не читаю Тору... (Гнойный – Оксимируну, еврейю по национальности);

3) утверждение одного из противников о том, что время его визави прошло и пора освобождать место «пришельцам новым»: Освободи мне трон и не учи отца и баста (Драго – Басоте);

Я утверждаю, что как творец ты умер, / И не заслуживаешь славы культового рэп-певца (Гнойный – Оксимируну);

4) переход от ТЫ соперника к ВЫ группы, по мнению, говорящего, членом которой ТЫ является; критика в адрес этой группы имеет характер соци-ально-философской рефлексии:

У вас тысячи копий сотни дешевых пародий безликие толпы. / Но ваше время проходит (Басота – Драго); Но забыли вы, что осиянно / Только слово среди земных тревог (Оксимирун заменяет в строке Н. Гумилева мы на вы);

5) преобладание текстов «подворотни», где доминирует тема телесного низа и теме «спаривания» принадлежит основное место, при этом адресат выглядит пассивным участником полового акта, выполняющим унизительные прихоти других (ты лижешь; Да, я тебя так зае..., словно третий раз побеждаю на выборах), и часто характеризуется как представитель нетрадиционной ори-ентации (смотрите на этого п...; что такое, придурок; ты типа модный п...), а девушки именуется, как правило, «телками» (желаю участникам батла победы, толпу телок; А наши телки, йоу, футболки порвите);

6) оппозиция Я – Ты, приобретающая вид ТЫ – НИЧТО / Я – ВСЁ с те-матическим доминированием темы Ты, характеризуемого крайне отрицательно, например, в баттле Грязный Рамирес – Энди Картрайт в первом раунде Рамирес употребил 10 Я (мой, меня) и 18 Ты (твой, тебя, эллиптическое Ты), а Энди Картрайт – 6 Я (мой, меня) и 46 Ты (твой, тебя, эллиптическое Ты).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Барт Р. Удовольствие от текста // Избранные работы. Семиотика. По-этика. – М. : Прогресс. Универсал, 2014. – 616 с.

2. Богданов А.В. Лингвокультурные характеристики афроамерикан-ского рэп-дискурса: дис. ... канд. филол. наук. М., 2017. - 290 с.

3. Болотова С. К. Теледискуссия: речевые приемы кооперации с оппо-нентом / С. К. Болотова, Л. А. Гусева // Медиалингвистика. Вып. 6. Язык в координатах массмедиа : матер. II Междунар. науч.- практ. конф. (2–6 июля 2017 г., Санкт-Петербург, Россия) / отв. ред. А. А. Малышев. – СПб. : С.- Пе-терб. гос. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2017. – С. 255–257.

4. Волков П. А. Особенности наименования процесса творчества в жар-гоне субкультуры хип-хоп / П. А. Волков, А. Р. Леонова // Современные науч-ные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации. – Киши-нев : Мир науки, 2017. – С. 148–152.

5. Воронцова Т.А. Речевая агрессия: коммуникативно-дискурсивный подход: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Челябинск, 2016. - 43 с.
6. Гриценко Е. С. Языковые особенности рэпа в аспекте глобализации / Е. С. Гриценко, Л. Г. Дуняшева // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2015. – № 2. – С. 141–147.
7. Гриценко Е.С., Дуняшева Л.Г. Языковые особенности рэпа в аспекте глобализации // Политическая лингвистика. 2013. № 2 (44). С. 141–147.

Научный руководитель - канд. филол. наук, доцент Оленев С.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81'23

**ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ ПЕРСОНАЖА ХУДОЖЕСТВЕННОГО
ПРОИЗВЕДЕНИЯ В СТРУКТУРЕ КОММУНИКАТИВНОЙ СИТУАЦИИ**

Шомшин Д.С.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

dshomshin@list.ru

В работе исследуется языковая личность Алексея Кириллова (персонажа романа Достоевского «Бесы»). Речевое поведение персонажа рассматривается в структуре коммуникативной ситуации знакомства. Выявлены аспекты варьирования речевого поведения персонажа в зависимости от хода коммуникативной ситуации.

Ключевые слова: языковая личность, Алексей Кириллов, коммуникативная ситуация, аспекты варьирования речевого поведения.

**LINGUISTIC PERSONALITY OF THE CHARACTER OF A LITERARY WORK IN
THE STRUCTURE OF A COMMUNICATIVE SITUATION**

Shomshin D.

Kemerovo State University

The work examines the linguistic personality of Alexei Kirillov (character of Dostoevsky's novel "Demons"). The character's speech behavior is considered in the structure of the communicative situation of dating. Aspects of variation of the character's speech behavior depending on the course of the communicative situation are revealed.

Key words: linguistic personality, Alexei Kirillov, communicative situation, aspects of speech behavior variation.

В антропоцентрической лингвистике прочно утвердилось широкое понимание языковой личности, которая, кроме собственно лингвистических аспектов, включает в себя различные, в основном коммуникативные, характеристики речевого поведения.

В данной работе мы придерживаемся лингвоперсонологического подхода Н. Б. Лебедевой, который состоит в изучении взаимосвязи характеристик языковой личности с конкретной коммуникативной ситуацией. Это делается с целью выявить пределы варьирования языковой личности, создающие ее своеобразие [Лебедева, 2006, 4]. Цель работы – выявить инвариантные (константные) и вариативные характеристики языковой личности Алексея Кириллова в структуре коммуникативной ситуации знакомства.

Динамическая структура коммуникативной ситуации.

1) Начало знакомства.

Герой-рассказчик отмечает, что Кириллов «казался несколько задумчивым и рассеянным, говорил отрывисто и как-то не грамматически, как-то странно переставлял слова и путался, если приходилось составить фразу подлиннее». В речи Кириллова отражается его рассеянность, вызванная отсутствием заинтересованности во внешнем мире

в целом (так как он одержим идеей о «человекобоге»), и в данной коммуникативной ситуации в частности. Кириллов принадлежит к пассивно-центрированному типу языковой личности (по классификации К.Ф. Седова). Пассивный эгоцентрик характеризуется тем, что «с трудом способен выйти за пределы собственного внутреннего мира» [Седов, 2000, 5].

Липутин привел Кириллова в гости к Степану Трофимовичу и стал рекомендовать его хозяину дома. Кириллов реагирует на это с раздражением: *«О поручении вы прибавили, — резко заметил гость, — поручения совсем не бывало, а Верховенского я, вправде, знаю. Оставил в Х — ской губернии, десять дней пред нами»* [Здесь и далее цитаты из романа Ф. М. Достоевского «Бесы»]. Раздражение Кириллова на Липутина выражается в категоричности слов: «совсем не». Используя тактику упрека во лжи, Кириллов категорично разделяет сказанное Липутиным на правду и «прибавленную» ложь. Если Липутин «прибавляет», то Кириллов считает нужным «отделить» «прибавленное», оставив только свою версию правды. Когда Липутин продолжает рассказывать о Кириллове Степану Трофимовичу, герой-рассказчик отмечает, что Кириллов выглядит угрюмым и зажатым: *«сидел, как будто нахохлившись»*; *«Мне показалось, что он был на что-то сердит»*; *«прислушивался с неловким нетерпением»*. Такое невербальное поведение свидетельствует о том, что Кириллов оценивает речь Липутина, ожидая от него подвоха.

На расспросы Степана Трофимовича Кириллов отвечает немногословно, уклоняется от инициативы, так как не настроен на диалог. В какой-то момент Кириллов проявил некоторую заинтересованность: *«Вы серьезно, что он подушку крестил? — с каким-то особенным любопытством вдруг осведомился инженер. / — Да, крестил... / — Нет, я так; продолжайте. / Степан Трофимович вопросительно поглядел на Липутина»*. В этом отрывке диалога видно, что Кириллову свойственно непосредственное выражение чувств, поэтому он не может скрыть любопытства (вернее, удивления), но в итоге снова уклонился от инициативы.

Кириллов не настроен на диалог, поэтому раздражается на приведшего его Липутина, а в отношении к хозяину дома предпочитает роль слушающего, а не говорящего, что противоречит ситуации знакомства.

2) Нежелательная тема.

Липутин заявляет, что Кириллов близко знаком с Шатовым и его женой, и Степан Трофимович видит возможность посплетничать о семейных проблемах Шатова. Кириллову эта тема крайне неприятна, поэтому, когда Степан Трофимович выказал к ней интерес, Кириллов резко перебивает его: *«Какой вздор! — отрезал инженер, весь вспыхнув»*. Резкость, отмеченная рассказчиком («отрезал») и невербальное поведение Кириллова («вспыхнув») свидетельствуют о крайней степени раздражения (обычно у него глаза «без блеску» - теперь «вспыхнувшие») и желании Кириллова немедленно закончить тему. Он вновь упрекает Липутина во лжи, категорично настаивая на своей версии правды: *«Как вы, Липутин, прибавляете! Никак я не видал жену Шатова; раз только издали, а вовсе не близко... Шатова знаю. Зачем же вы прибавляете разные вещи?»*.

В раздражении Кириллов собрался было уйти: *«круто повернулся на диване, захватил свою шляпу»*. Однако он не может уйти – вероятно, его вынуждает остаться потребность объясниться до конца – поэтому он *«снова усевшись по-прежнему, с каким-то вызовом уставился своими черными вспыхнувшими глазами на Степана Трофимовича»*. «Вызов» во взгляде выражает как раздражение, так и это желание объясниться (Кириллов как бы требует ответа).

Диалог продолжается: *«Извините меня, — внушительно заметил Степан Трофимович, — я понимаю, что это дело может быть деликатнейшим... / — Никакого тут деликатнейшего дела нет, и даже это стыдно, а я не вам кричал, что «вздор», а Липутину, зачем он прибавляет. Извините меня, если на свое имя приняли. Я Шатова знаю, а жену его совсем не знаю... совсем не знаю!»*. Хотя Кириллов и извиняется, его речь безапелляционна, так как он хочет завершить тему, но Степан Трофимович, оправдываясь, объясняет свое любопытство к Шатову, поэтому Кириллов снова резко перебивает его: *«Я*

тоже совсем не знаю русского народа и... вовсе нет времени изучать! — отрезал опять инженер и опять круто повернулся на диване». По всей видимости, он опять собирается уйти.

Таким образом, хотя Кириллов заявляет, что не настроен к Степану Трофимовичу враждебно («я не вам кричал»; «Извините меня, если на свое имя приняли»), он все же раздражается на хозяина дома за интерес к нежелательной теме.

3) Провокация.

Чтобы позлить Кириллова, Липутин провоцирует его, высказываясь о его идеях в ироническом ключе и искажая их. Кириллов легко поддается на провокации и очень болезненно реагирует. Сначала он «страшно взволновался», потом «гневно забормотал». Очень характерно, что он не закричал от гнева (как конфликтно-агрессивный тип ЯЛ, демонстрирующий враждебность к партнеру по коммуникации), а именно гневно забормотал, то есть говорил тихо, невнятно. Также невнятность присутствует на вербальном уровне (рваный синтаксис): «*Это вы вовсе не имеете права*»; «*я вовсе не статью. Я не стану глупостей*». Таким образом, если Кириллов сильно возмущается, то еще больше теряется (пытается активно включиться в коммуникативную ситуацию, но от волнения только становится еще более неловким).

Кириллов использует тактику упрека: «*Я вас конфиденциально спросил, совсем нечаянно*»; «*вы не имеете права*». Также опять упрекает Липутину во лжи («*Тут не статья вовсе; я не публикую*»), но не распространяться о своей идее. С одной стороны, он имеет острую потребность высказаться (потому «нечаянно» высказывает Липутину часть своих мыслей), с другой – очень трепетно относится к своей идее (поэтому «призывает, чтобы говорить»).

Когда Липутин продолжает иронизировать по поводу идеи Кириллова, к тому же, искажая ее, Кириллов уже выслушивает «с презрительной и бледной улыбкой». После паузы (обдумав ситуацию) он ответил Липутину «с некоторым достоинством», упрекнув его в глупости (однако, без прямой агрессии): «*Всё это глупо, Липутин*», «*а это вы глупо сделали*». Таким образом, можно констатировать, что Кириллов постепенно смог реагировать на провокацию более сдержанно.

Кириллов объясняется и со Степаном Трофимовичем: «*Я вам извиняюсь, но я здесь ни на кого не сержусь, — продолжал гость горячую скороговоркой*». Речь ускорила, что говорит об эмоциональном возбуждении, которое может быть связано с желанием Кириллова объяснить, что он не настроен враждебно. Также он отчасти объясняет причину своей неразговорчивости: «*я четыре года видел мало людей... Я мало четыре года разговаривал и старался не встречать, для моих целей, до которых нет дела, четыре года*».

В конце объяснения Кириллов касается темы своей идеи: «*А если я с вами не излагаю мыслей, — заключил он неожиданно и обводя всех нас твердым взглядом, — то вовсе не с тем, что боюсь от вас доноса правительству; это нет; пожалуйста, не подумайте пустяков в этом смысле...*». Никто не задавал ему вопросов об его идее, но Кириллов находит нужным сделать замечание о ней (твердый взгляд Кириллова свидетельствует о важности замечания). Ему почему-то важно донести до собеседников, что политика не имеет отношения к его идее, поэтому он называет опасения о доносе правительству «пустяками». Характер сделанного замечания говорит о важности для Кириллова его идеи и скрытом желании высказать ее.

4) Завершение коммуникативной ситуации.

Степан Трофимович намекает, что пора завершить беседу, на что Кириллов реагирует так: «*Ах, это чтоб уходить, — спохватился господин Кириллов, схватывая картуз, — это хорошо, что сказали, а то я забывчив*». Мы можем констатировать, что Кириллов не спешит покинуть чуждую ему коммуникативную ситуацию, пока не задеты его интересы (только тогда он выходит из своего внутреннего мира).

Поскольку причин для раздражения больше нет, Кириллов *«встал и с простодушным видом подошел с протянутой рукой к Степану Трофимовичу»*. Он подчеркивает свою самостоятельность и берет ответственность на себя: *«Жаль, что вы нездоровы, а я пришел»*; (не «мы пришли» – отделяет себя от Липутина, хотя он не сам пришел, а его привели). Гость и хозяин проявляют друг к другу дружеское расположение. Кириллов, прежде раздраженный, теперь смеется «самым веселым и ясным смехом» на дружескую шутку Степана Трофимовича (в противоположность насмешливым замечаниям Липутина): *«В одном только я затрудняюсь: вы хотите строить наш мост и в то же время объявляете, что стоите за принцип всеобщего разрушения. Не дадут вам строить наш мост! / — Как? Как это вы сказали... ах черт! — воскликнул пораженный Кириллов и вдруг рассмеялся самым веселым и ясным смехом. На мгновение лицо его приняло самое детское выражение и, мне показалось, очень к нему идущее»*. Смех связан с проявлением дружелюбия, но помимо этого нужно заметить, что Кириллов именно «поражен»/удивлен (потому и воскликнул). И удивление, и смех являются реакциями на нечто неожиданное. Примечательно, что «принцип всеобщего разрушения» Кириллову приписал Липутин, но Кириллов не стал его опровергать (вероятно, отчасти согласен с этим утверждением). Таким образом, смех Кириллова вызван тем, что он услышал о себе новую, неожиданную мысль, которая указывает на глубокое внутреннее противоречие его личности.

Выводы по анализу коммуникативной ситуации.

В Кириллове есть внутренне противоречие: он, с одной стороны, избегает разговоров о своей идее (боится, что отнесутся несерьезно), а с другой - имеет потребность высказаться.

Инвариативные (константные) свойства ЯЛ Кириллова: Замкнутость Кириллова на собственном внутреннем мире обуславливает его коммуникативное поведение. Кириллов не настроен на диалог на протяжении всей коммуникативной ситуации. Одержимость идеей отражается на языковой способности (рваный синтаксис).

Другое константное свойство ЯЛ Кириллова – непосредственность эмоциональных реакций. Сами эмоции зависят от ситуации (вариативность речевого поведения). Перейдем к рассмотрению вариативных качеств.

Вариативные свойства ЯЛ Кириллова: Он раздражается, если собеседник касается неприятных тем или задевает за живое. Это выражается во взгляде Кириллова: его глаза, обычно «без блеску», теперь «вспыхивают». Также в таких ситуациях он активно использует тактику упрека.

Во время разговора на нежелательную тему раздражение Кириллова выражается в перебивании собеседника, безапелляционности и категоричности слов (хочет быстрее закончить нежелательный разговор).

Когда Кириллова провоцируют, в результате нервного возбуждения усиливается его неловкость, что выражается в большом количестве предложений с рваным синтаксисом.

Часто после первой непосредственной реакции ему приходится менять тактику. Так он невольно удивился, что Петр Верховенский в детстве крестил подушку, после чего ему пришлось снова отказаться от инициативы в разговоре; сначала реагирует на провокацию Липутина, потом ведет себя более сдержанно и с достоинством.

Литература и источники

1. Достоевский, Ф. М. Бесы. – М., 2011. – 704 с.
2. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс – Омск. : Изд-во Омск.гос. ун-та, 1999. С. 264-280.
3. Караулов, Ю. Н. Русская языковая личность и задачи ее изучения / Ю. Н. Караулов // Язык и личность. М., 1989. – С. 3–11.
4. Лебедева, Н. Б. Типология и портретирование персонажей художественных произведений / Н. Б. Лебедева // Коллективная монография «Типы языковых личностей и личностно-ориентированное обучение», Барнаул – Кемерово, 2006. – С. 197 – 214.

5. Седов, К. Ф. Типы языковых личностей по способности к кооперации в речевом поведении / К. Ф. Седов // Проблемы речевой коммуникации: межвуз. сб. науч. тр. – Саратов: Колледж, 2000. – С. 6 – 12.

Научный руководитель – д-р. филол. наук, проф. Лебедева Н.Б., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81.347.78.034

ПРОБЛЕМА ПЕРЕВОДА СЛЕНГА (НА ОСНОВЕ РОМАНА ИРВИНА УЭЛША «НА ИГЛЕ»)

Бойко М.Ю.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

mariaboyko15@yandex.ru

Статья посвящена проблематике перевода одного из видов сниженной лексики – сленга. В современных произведениях всё чаще встречается лексика, не соответствующая литературным нормам, считающаяся ниже стандарта речи образованных людей. Подобного рода лексические единицы отражают социальную принадлежность персонажей, их художественный образ. В языке перевода редко встречается слово, соответствующее лексической единице оригинала. Нередко бывает и так, что значение сленгового выражения и вовсе не зафиксировано в словаре, печатном или электронном. Перевод сленга требует не только наличие большого словарного запаса, но и умелое использование способов перевода лексических единиц. В данной статье рассматривается сущность понятия «сленг», так как разных источниках он определяется по-разному. Также описаны приёмы перевода, лексические трансформации и их классификация В.Н. Комиссаровым. За основу взята книга Ирвина Уэлша «На игле» (в переводе Валерия Нугатова). Книга интересна тем, что в ней присутствует большое количество сленговых выражений, присущих определенной социальной группе – наркозависимые люди. Переводчик использует различные переводческие трансформации, которые позволяют передать брутальность, грубость и юмор текста оригинала.

Ключевые слова: перевод, стилистически сниженная лексика, сленг, английский язык, И.Уэлш

THE PROBLEM OF TRANSLATING SLANG (BASED ON THE NOVEL “TRAINSPOTTING” BY IRVINE WELSH)

Boyko M.Yu.

Kemerovo State University

The paper is focused on the problems of translating slang – one of the low-colloquial language types. In modern literature words which are considered to be under educated people standards or don't suit literary norms of educated people are more and more often used. Such kind of lexical units reflect characters' social belongings, their image. In a source language you can rarely see a word which meets a word in original text's language. Moreover, in many cases slang may be not fixed in any type of dictionary: printed or even electronic one. The translation of slang requires not only a wide vocabulary but also a skillful use of ways of translating lexical units. In this paper the definition “slang” is taken into consideration as long as it has multiple definitions in different sources. Moreover, the paperwork describes different kinds of lexical transformations and its classification by V.N. Komissarov. The examples are taken from the novel “Trainspotting” by Irvine Welsh (translated by Valeri Nugatov). The book is interesting for its slang which is inherent to the definite social group – drug addicted people. The translator uses different transformations which provide the brutality, rudeness and humor of the text.

Key words: translation, low colloquial language, slang, English language, I.Welsh

Наиболее сложной задачей в переводе является правильный перевод лексических единиц исходного текста, различие стилистических оттенков слов и нередко предложений. Иногда бывает так, что лексической единице оригинала приходится однозначное соответствие в языке перевода. Однако, такое явление встречается крайне редко.

Предмет данного исследования – проблема перевода сленговых выражений в произведении Ирвина Уэлша «На игле».

Для начала нужно дать определение понятию «Сленг». Единого мнения относительно данного понятия нет, оно разнится от одной научной работы к другой. «Великий Оксфордский английский словарь» (The Oxford Dictionary of Allusions) определяет сленг как «разговорный язык, который считается ниже стандарта речи образованных людей, и состоит либо из новых слов, либо из общих слов, используемых в особых смыслах», а также как «набор специальных лексических единиц, используемых группой лиц, принадлежащих к низшим слоям общества и имеющие плохую репутацию»[7]

Если обращаться к отечественным работам, то по С.И. Левиковой «сленг – это слова и выражения, свойственные лишь отдельным группам людей (профессиональным, возрастным, социальным). Сущностной характеристикой сленга выступает то, что он не предназначен для того, чтобы быть понятным для всех» [5]

Большой энциклопедический словарь дает следующее определение сленга: «Совокупность жаргонизмов, составляющих слой разговорной лексики, отражающей грубо-фамильярное, иногда юмористическое отношение к предмету речи. Употребляется преимущественно в условиях непринужденного общения: англ. junkie — наркоман»[2] Данный источник определяет сленг как синоним слову «жаргон».

Несмотря на то, что данные лексические единицы далеки от литературных норм языка, сленг всё чаще встречается в художественных произведениях. Его главная функция – создание образа персонажа, так как подобного рода лексические единицы обладают яркой социальной спецификой. Но также он представляет большую проблему при переводе в силу различия образных выразительных расхождений между языками, которые с предельной силой проявляют себя в данной части языка. Перевод стилистически сниженной лексики требует от переводчика высокого уровня знания и чувства языка.

Для перевода сленга можно использовать те же способы, что и для перевода литературной лексики. Существует два способа:

- дословный перевод (прямой);
- косвенный перевод (непрямой).

Дословный перевод не является адекватным, так как при переводе каждого слова нарушаются узуальные нормы языка, теряется смысл. Если буквальный перевод не бессмысленный, то переводчик прибегает к косвенному переводу.

Также используются переводческие трансформации. Их функция – создание адекватного перевода, максимально точного. В.Н. Комиссаров выделяет три вида трансформаций: лексические, лексико-грамматические и грамматические.

К лексическим трансформациям относят: транскрипция/транслитерация и калькирование, а также лексико-семантические замены, такие как: конкретизация, генерализация и замены. Что касается грамматических трансформаций, то тут выделяются: дословный перевод, членение или же объединение предложений и грамматические замены. Из лексико-грамматических трансформаций, по мнению Комиссарова, чаще всего встречаются антонимический перевод, описательный перевод, а также приём компенсации.[5]

Одной из главных особенностей книги «На игле» является большое количество сленга. В произведении представлена группа наркозависимых людей, которые используют слова, имеющие определенную социальную специфику. Например, skag, coke, junk. Не всегда в языке перевода можно найти слово эквивалентное языку оригинала. Тут переводчик использует различные лексические трансформации.

Автором был использован такой приём как транскрипция, например baby-бэби. Данный перевод понятен из контекста, т.к. и в русском языке есть слово «беби», которое употребляется в качестве сленга. Такой перевод не нарушает узуальные нормы языка.

Также Валерий Нугатов использует такой приём переводческой трансформации как «конкретизация». В предложении «This smack has too much shite in it. You can tell by the way it's no dissolving properly». Слово «shite» как сленговый термин имеет значение чего-то малоценного или некачественного, банального. В данном случае автор использовал метод конкретизации и перевёл данные предложения как «В этом порошке слишком много бодяги. Это видно по тому, как туго он растворяется»

Встречается и описательный перевод. Например, в предложении «Now they are getting pished in a tacky chrome-and-neon meat market» словосочетание «meat market» такое определение, как «грязный бар или клуб, куда приходят с целью кого-либо подцепить». Автор переводит это как: «А сейчас сидят и бухают в занюханном хромово-неоновом гадюшнике для съёма» Описательный перевод (то есть словосочетание «гадюшник для съёма») используется, так как нет однозначного и чёткого соответствия данного сленгового выражения в русском языке.

Таким образом, перевод сленговых выражений является одним из сложнейших аспектов переводческой деятельности. Он требует не только наличие большого словарного запаса, но и умелое использование способов перевода лексических единиц.

Литература и источники

1. Гальперин И. Р. О термине «сленг» / И. Р. Гальперин // Вопросы языкознания. — 1956. — № 6. — С. 107–114.
2. Гойдова С. Молодёжный жаргон в системе современного русского национального (общенародного) языка: Автореф. дис на соиск. учен. степ. к. ф.н.: 10.02.01 / С. Гойдова. — М., 2004. — 20 с.
3. Ирвин Уэлш «На игле» (в переводе В.Нугатова) 2003 год, издательство АСТ, Москва
4. Комиссаров В.Н. Современное переводоведение. – М.: ЭТС, 2002. – 424 с.
5. Левикова С.И. Молодежный сленг как своеобразный способ реализации бытия (Бытие и язык. - Новосибирск, 2004. - С. 167-173)
6. Irwin Wels “Transpotting” Secker & Warburg ,1993
7. The Oxford Dictionary of Allusions. N.-Y. : Oxford Univ. Press Inc., 2001. P. 70.

Научный руководитель –канд. филол. наук, доц. Башкатова Ю. А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 347.78.034

ПРАГМАТИЧЕСКАЯ АДАПТАЦИЯ ПРИ ПЕРЕВОДЕ КИНОТЕКСТА С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ (НА МАТЕРИАЛЕ ФИЛЬМОВ ДЭВИДА ФИНЧЕРА "СЕМЬ" И "БОЙЦОВСКИЙ КЛУБ")

Гатилова А.В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

gatilovaalena@gmail.com

Данная работа посвящена исследованию различных особенностей перевода кинотекста фильмов Дэвида Финчера "Семь" и "Бойцовский клуб" с английского языка на русский. Интерес представляют виды прагматической адаптации, используемые при переводе речи героев в данных фильмах, а также способы передачи реалий, присущих американской культуре и непонятных для русскоговорящих людей. Цель исследования – выявление, анализ видов прагматической адаптации и классификация проанализированных примеров. В основу данного исследования был положен анализ кинотекста фильмов «Семь» и

65

«Бойцовский клуб» американского кинорежиссера Дэвида Финчера. В ходе работы были использованы методы лингвистического наблюдения и описания, а также метод сплошной выборки. Научная новизна данной работы заключается в анализе видов прагматической адаптации в рассматриваемых фильмах при их переводе с английского на русский язык.

Ключевые слова: прагматическая адаптация, киноперевод, кинотекст, перевод, переводческие трансформации, Дэвид Финчер.

**PRAGMATIC ADAPTATION WHEN TRANSLATING FILM TEXT FROM ENGLISH
INTO RUSSIAN
(BASED ON DAVID FINCHER'S FILMS "SEVEN" AND "FIGHT CLUB")**

Gatilova A. V.

Kemerovo State University

This work is devoted to the study of various features of the translation of the film text of David Fincher's films "Seven" and "Fight Club" from English into Russian. Different types of pragmatic adaptation used in translating the speech of the characters in these films are of interest, as well as ways to convey the realities inherent in American culture and incomprehensible to Russian-speaking people. The purpose of the study is to identify, analyze types of pragmatic adaptation and to classify the examples. The basis of this study was an analysis of the film text of the films "Seven" and "Fight Club" by American filmmaker David Fincher. In the course of work, methods of linguistic observation and description were used, as well as the continuous sampling method. The scientific novelty of this work is to analyze the types of pragmatic adaptation in the films under consideration when they are translated from English into Russian.

Keywords: pragmatic adaptation, film translation, film text, translation, translation transformations, David Fincher.

Говоря о прагматической адаптации киноперевода, стоит отметить, что она существенно отличается от прагматической адаптации при переводе письменных текстов. В частности, это связано с тем, что устная форма текста накладывает определенные ограничения на любые изменения, вносимые в переводной текст, особенно те, которые подразумевают под собой добавление поясняющей информации, так как речь персонажей должна звучать так, чтобы у зрителя создавалось впечатление, будто фильм изначально был создан на языке перевода.

Ввиду того, что даже перевод, отвечающий критериям репрезентативности, не обязательно будет прагматически адекватен, переводчик вынужден вносить в текст перевода определенные изменения, необходимые в рамках его прагматической адаптации. В.Н. Комиссаров выделяет четыре вида данной стратегии перевода, выбор которых зависит от цели, стоящей перед переводчиком. Первый вид прагматической адаптации выполняется переводчиком для обеспечения «адекватного понимания перевода» получателем текста перевода [3]. Необходимость такой адаптации возникает вследствие отсутствия у реципиента необходимых фоновых знаний о различных культурных, бытовых и географических реалиях. Для того, чтобы решить проблему, переводчик обычно добавляет информацию, поясняющую данные реалии. Например, в фильме «Бойцовский клуб» сокращения аэропортов и дизайнеров в русском варианте расшифровываются, для того, чтобы зритель понял, о чём идёт речь:

You wake up at SeaTas, SFO, LAX. [Ты просыпаешься в аэропорту Сиэтла, Сан-Франциско, Лос-Анджелеса.]

My CK Shirts. My DKNY shoes. My AX ties. [Рубашки от Кельвина Кляйна. Ботинки от Донны Каран. Галстуки от Армани.]

В.Н. Комиссаров обращает внимание, что иногда наоборот стоит опустить некоторую информацию, которая не имеет особого значения. Так, в фильме «Семь» используется прием опущения: *Serpico's gotta go.* [Служба зовёт.] - отсылка к фильму «Серпико»,

который повествует о полицейском из Нью-Йорка. Имя героя опускается, так как данная отсылка могла бы быть не совсем понятной большей части русскоговорящих зрителей. Также, “Glimmer Twins” (отсылка к американскому дуэту) в переводе становятся просто “Близняшки”.

Второй вид прагматической адаптации нацелен на то, чтобы текст перевода имел равноценное эмоциональное воздействие на реципиента [3]. Это связано с тем, что разные предметы и явления вызывают у представителей той или иной культуры разные ассоциации, следовательно, оказывают разное эмоциональное воздействие.

Например, в фильме «Семь» (1995) название сети ресторанов быстрого питания «Taco Bell» заменяется, так как для русскоязычной культуры оно ни о чём не говорит: I wasn't standing around guarding *the Taco Bell*. [Я тоже сюда не из *детского сада* попал.]

Также, имя героя серии фильмов «Звездные войны» заменяется на слово «гений» на основе характерных для данного героя качеств – мудрость, высокий интеллект: And just because he's got a library card doesn't make him *Yoda*. [Из того, что он ходит в библиотеку еще не следует, что он – *гений*.]

В данных фильмах также есть большое количество слов-реалий, передача которых осуществляется при помощи различных переводческих приемов. Например, в фильме «Бойцовский клуб» названия объектов мебели, а также медицинские препараты передаются при помощи транслитерации:

The Klipsk personal office unit. [Личный комплект для офиса Клипск.]

The hovetrekke home exerbike. [Домашний тренажёр Ховатрек.]

Or the Ohamshab sofa with Strinne green stripe pattern. [Или диван Охамашаб с зелёной полосатой обивкой Стринн.]

Even the Ryslampa wire lamps of environmentally friendly unbleached paper. [Даже Резлампа с абажурами из сохраняющей окружающую среду бумаги.]

Red and blue Tuinals, lipstick-red Seconals. [Сине-красный Туинал, малиновый, как помада, Секонал.]

Адекватный перевод кинотекста не может быть достигнут посредством буквального перевода, при котором теряется культурно-стилистическая окраска, поэтому переводчики прибегают к помощи различных переводческих трансформаций, которые, в свою очередь, позволяют осуществить адекватный перевод путем оценки характера контекстуального несоответствия и выбора оптимального преобразовательного способа. Переводческие трансформации часто используются при адаптации фильмов с английского языка на русский, так как в данных языках существуют различия в грамматическом и лексическом строе. В.Н.Комиссаров классифицирует переводческие трансформации следующим образом: лексические (транслитерация, транскрипция, калькирование, конкретизация, модуляция и генерализация), грамматические (синтаксическое уподобление (дословный перевод), грамматические замены форм слова, частей речи, членов предложения, типа предложения, членение предложения и объединение предложений) и лексико-грамматические (антонимический перевод, экспликация (описательный перевод), компенсация). Некоторые из данных видов переводческих трансформаций использовались в переводе кинотекста в фильмах «Бойцовский клуб» и «Семь»:

Антонимичный перевод:

You just *met* me. [Ты меня *не знаешь*.]

If we catch John Doe and he turns out to be the devil, that might *live up* to our expectations. [Если мы поймем Джона Доу, и он окажется самым дьяволом – мы, наверное, *не удивимся*.]

But *that's the point*. [Но дело *не в этом*.]

You *need to lighten up*. [*Не надо* нервничать.]

I'm not kidding! [Я *серьёзно!*]

For six months I *couldn't sleep*. [Полгода я *мучился бессонницей*.]

Грамматическая замена:

You saw nothing strange, you heard nothing strange. [Вы не слышали ничего странного?] – утвердительное предложение заменятся на вопросительное для большей ясности, а также предложение при переводе сокращается, для того, чтобы дублированная речь совпадала по времени с речью героя в оригинале.

They pay police for the information. And they pay well. [Они платят полиции за информацию. Причём хорошо.] – синтаксис данного предложения меняется для того, чтобы избежать повторения.

It would heal if you could stop *tonguing* it. [Она бы зажила, если к ней *не прикасаться языком.*] - герундий приходится заменить более длинной конструкцией, из-за отсутствия данной грамматической единицы в русском языке.

В ходе работы над переводом кинофильмов основной задачей переводчика является сохранение идейно-художественной ценности произведения, т.е. достижение наивысшего уровня адекватности. Прагматическая адаптация перевода кинофильмов является важной частью переводческого процесса. В рассматриваемых фильмах при переводе были применены два вида адаптации: адаптация с учетом фоновых знаний реципиента и адаптация с целью передачи адекватного эмоционального воздействия на реципиента. Более того, были использованы различные виды переводческих трансформаций, для достижения адекватного перевода кинотекста. При переводе важно учитывать различие культур и картин мира создателей фильмов и зрителей. Достижение наивысшего уровня адекватности во многом зависит от правильности передачи идей и авторских мыслей, отраженных в речи персонажей.

Литература и источники:

1. Виноградов В.С. Лексические вопросы перевода художественной прозы. М.: Издательство Московского университета, 1978
2. Влахов С., Флорин С. Непереводимое в переводе. — М.: Международные отношения, 1980. — 343 с.
3. Комиссаров В. Н. Теория перевода. — М.: Высш. шк., 1990. - 254 с.
4. Федорова И.К. Перевод кинотекста в свете концепции культурного переноса: проблема переводческой адаптации // Вестник Челябинского государственного университета. Челябинск, 2009. № 43. С.142-149.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Башкатова Ю.А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 811.111'25

ПЕРЕВОД ТОПОНИМОВ В КНИГАХ, НАПИСАННЫХ НА ОСНОВЕ СЕРИИ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР «WARCRAFT»

Замуруева С.П.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

zam_s@mail.ru

Актуальность данной статьи определяется возросшей связью между литературным переводом и локализацией программного обеспечения, в частности компьютерных игр, что обусловлено, в том числе, стремительным развитием новых компьютерных технологий. Также, в преддверии двадцатилетнего юбилея развития киберспорта в России, подобные исследования представляются особенно значимыми. В статье представлены некоторые результаты анализа перевода топонимов в издании «Варкрафт: Хроники. Энциклопедия». Специфика данного перевода заключается в том, что книга является вторичным продуктом, созданным на основе компьютерной игры, а ее перевод полностью опирается на уже

68

существующую полностью русифицированную версию игры, прошедшую процесс детальной локализации. Целью настоящего исследования является установление соответствий между традиционными способами перевода имен собственных в художественной литературе и способами перевода топонимов, используемых при локализации компьютерных игр и связанных с ними литературных текстов. Также в ходе исследования была составлена классификация способов перевода топонимов и выявлены наиболее частотные из них. Таким образом, по итогам данного исследования можно проследить связь художественного перевода имен собственных с их переводом в процессе локализации.

Ключевые слова: топоним, перевод, художественный текст, имя собственное, компьютерные игры, локализация.

TRANSLATION OF TOPONYMS IN BOOKS BASED ON THE VIDEO GAME SERIES “WARCRAFT”

Zamurueva S.P.

Kemerovo State University

In this article, we draw attention to a growing connection between literary translation and the localization of software, in particular computer games, caused by, among other factors, a rapid development of computer technologies. Also, such studies seem especially relevant on the eve of the twentieth anniversary of eSports in Russia. The article presents some results of analyzing the translation of toponyms in the publication “World of Warcraft® Chronicle: Volume I”. The distinctive nature of this translation is that the book is a secondary product of a computer game, and its translation is completely based on the already existing Russian version of the game, which has undergone the process of full localization. The purpose of our research was to establish correlations between the traditional methods of translating proper names in literature and those used during the localization of computer games and related literary texts. Also, we classified these methods of translating toponyms and analyzed their frequency. Thus, based on the results of this research, we can trace a connection between the literary translation of proper names and their translation in the localization process.

Keywords: toponym, translation, literary text, proper name, computer games, localization.

В эпоху глобализации и развития компьютерных технологий проблемы перевода в сфере информационных технологий и вопросы локализации становятся особенно значимыми. Важную нишу в данной сфере занимает локализация компьютерных игр.

В настоящее время повсеместно развивается киберспорт, а компьютерные игры привлекают в свои фантастические вселенные миллионы человек по всему миру. Одной из наиболее известных и популярных игр уже много лет остается многопользовательская онлайн-игра «World of Warcraft».

Первая игра серии «Warcraft» появилась еще в 1994, однако по сегодняшний день компания «Blizzard Entertainment» почти ежегодно выпускает новые дополнения. Помимо игры, о событиях фантастической вселенной рассказывают десятки книг, энциклопедий, комиксов, видео и аудиокниг. В 2016 году по данной игре вышел фильм «Варкрафт».

Настоящая статья посвящена проблемам перевода топонимов в художественной литературе, написанной на основе серии компьютерных игр «Warcraft». В частности, материалом нашего исследования послужило издание «Варкрафт: Хроники. Энциклопедия». Вместе с тем, в своей работе мы не могли не затронуть процесс локализации. Специфика данной литературы заключается в том, что изначально все топонимы, содержащиеся в ней, были переведены в ходе локализации компьютерной игры, и только потом они были перенесены в художественный перевод печатного издания.

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что книги все чаще оказываются продуктом переработки сюжетов компьютерных игр.

Согласно определению А. Р. Рюковой и Е. А. Филимоновой, «в лингвистическом понимании локализация представляет собой перевод какого-либо продукта на иностранный язык, а также его культурную адаптацию к реалиям страны, в которой впоследствии будет осуществляться его реализация» [1, с. 968].

Официальное издание «Варкрафт: Хроники. Энциклопедия» представляет собой хронологическое изложение истории игровой вселенной «Warcraft». Поскольку игровой мир имеет обширную, продуманную до мелочей географию, на передний план выходит проблема перевода топонимов. Общий объем исследованных нами единиц составил 142 топонима.

По мнению Ю.Г. Беловой, имена собственные обычно переводятся формально, из-за чего образуется множество ошибок, разночтений, неточностей в переводе текстов: «Имена собственные обладают сложной смысловой структурой, уникальными особенностями формы и этимологии, многочисленными связями с другими единицами языка. При передаче имени на другом языке большая часть этих свойств теряется. Если не знать или игнорировать эти особенности, то перенос имени на другую лингвистическую почву может не облегчить, а затруднить идентификацию носителя имени» [2, с. 56].

Д. И Ермолович в своей работе «Методика межъязыковой передачи имён собственных» приводит следующие способы перевода имен собственных: метод прямого графического переноса, метод экспликации, методы транскрипции, транслитерации и практической транскрипции, метод морфограмматической модификации, регулярные и традиционные соответствия, методы калькирования и функциональной аналогии, метод онимической замены и метод транспозиции [3]. Однако к переводу художественной литературы, согласно его работе, наиболее применимы следующие три метода:

а) калькирование – «создание на языке перевода соответствия, аналогичного исходному имени собственному по структуре и лексико-семантическому наполнению» [3, с. 17];

б) транслитерация – «установление максимально близких соответствий между графическими единицами исходного и принимающего языка» [3, с. 11];

в) транскрипция – «установление взаимно-однозначных соответствий между фонемами либо звуками (аллофонами) исходного и принимающего языка» [3, с. 10].

Помимо вышеперечисленных методов в ходе настоящего исследования были также выявлены случаи смешанного перевода, когда имя собственное переводится двумя и более способами, и вольного перевода, когда переводчик отходит от изначальной формы и значения топонима. Ниже приводятся примеры использования каждого из представленных способов перевода:

1. **Азжол-Неруб** (Azjol-Nerub) – переводчик передал это наименование транскрипцией, сохранив тем самым исходный облик. Это вариант является наиболее удачным, так как данное наименование происходит из внутреннего, вымышленного языка. В данной фантастической вселенной существует раса нерубианцев. При другом варианте перевода видимая связь между народом и его столицей была бы утрачена.

2. **Даларан** (Dalaran) – данный топоним переведен транслитерацией: каждая латинская буква эквивалентно отражена в написании кириллицей.

3. **Доисторический Азерот** (Primordial Azeroth) – пример смешанного перевода, часто используемого при передаче топонимов в художественной литературе. В данном случае мы видим сочетание калькирования с транскрипцией.

4. **Долина Четырех Ветров** (Valley of the Four Winds) – данный пример является чистым калькированием. Топоним переведен буквально. Однако в данном случае такой перевод является удачным, так как смысл наименования передан точно.

5. **Забывтый Город** (Dire Maul) – в данном случае переводчик передал топоним вольным переводом, в результате чего значение, звучание и внешний облик оригинала полностью утрачиваются. Данная локация действительно является заброшенным городом, и в этом случае перевод отражает общий облик города точнее, чем оригинал (букв. «Ужасный Молот»). Однако тот факт, что «The Maul» – это гладиаторская арена, находящаяся в самом

центре разрушенного города и являющаяся наиболее примечательным его строением, получил отражение только в англоязычном наименовании.

В результате проведенного исследования мы выяснили, что способы перевода топонимов при локализации компьютерных игр и при переводе художественной литературы абсолютно идентичны. Анализ также показал, что наиболее частотным способом перевода топонимов в книге «Варкрафт: Хроники. Энциклопедия» является калькирование (51%); далее следуют транслитерация (22%), смешанный перевод (15%), транскрипция (11%) и вольный перевод (1%). Лидирующее положение калькирования можно объяснить тем, что большое количество топонимов являются говорящими именами собственными, раскрывающими историю событий игрового мира. При локализации эту информацию по возможности сохраняют, передавая значение топонима средствами другого языка.

Литература и источники

1. Рюкова, А. Р. Перевод имен собственных при локализации мультиплатформенных компьютерных игр / А. Р. Рюкова, Е. А. Филимонова. – М.: Вестник Башкирского университета, 2016. – Т. 21, № 4. – С. 968-972.

2. Белова, Ю. Г. Семантические приращения при переводе «говорящих» имен собственных / Ю. Г. Белова. – М.: Вестник Череповецкого государственного университета, 2009. – № 3. – С. 55-58.

3. Ермолович, Д. И. Методика межъязыковой передачи имен собственных / Д. И. Ермолович. – М.: Всероссийский центр переводов, 2009. – 83 с.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Павлова О.Ю., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 81'2

ПРИЕМЫ ПЕРЕВОДА ТОПОНИМОВ В ТЕКСТЕ РОМАНА М. БУЛГАКОВА «МАСТЕР И МАРГАРИТА»

Усацкая Е.И.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
usazky98@mail.ru

В работе рассматриваются особенности перевода топонимов в романе Михаила Булгакова «Мастер и Маргарита» на английский язык. Целью данного исследования является выявление наиболее частотных и адекватных способов перевода топонимов на английский язык. В качестве методов исследования были использованы: метод лингвистического описания, сравнительно-сопоставительный метод, метод перевода. Материалом анализа послужили переводы романа на английский язык, выполненные Дианой Бургин, Ричардом Пивером и Майклом Гленни. Было установлено, что в переводе использовались следующие приемы передачи топонимов: транскрипция, транслитерация, калька, полукалька, описание, конкретизация, передача традиционным соответствием. Исследование показало, что наиболее распространенным способом передачи топонимов является транскрипция и транслитерация, в то время как наиболее релевантным - полукалька и традиционное соответствие как адекватные приемы передачи значения топонима.

Ключевые слова: перевод, топоним, транскрипция, транслитерация, адекватность

TRANSLATION OF TOPONYMS IN THE NOVEL BY M. BULGAKOV "MASTER AND MARGARITA"

Usatskaya E.I.

This paper considers the peculiarities of translating toponyms in Mikhail Bulgakov's novel "The Master and Margarita" into English. The purpose of this research is to identify the most frequent and adequate ways of translating toponyms into English. The research methods used in the paper were as follows: the method of linguistic description, a comparative method, the method of translation. The material served for the analysis was the translation of the text of the novel by Diana Burgin, Richard Pevear and Michael Glenny. It was found that the following methods of transferring toponym in translation were used: transcription, transliteration, calque, half-calque, description, specification, and a traditional equivalent. The study showed that those are the most common method of translating toponyms, while the most adequate are half-calque and traditional equivalent.

Keywords: translation, toponym, transcription, transliteration, adequateness.

Известно, что топонимия - обозначение совокупности географических названий конкретного региона или области. Соответственно, топоним – имя собственное название любого географического объекта: реки, озера, моря, города, села, горы, острова, улиц и площадей в городах и селах и тому подобное [1, с. 154-155].

В литературе описано несколько способов перевода топонимов, такие как: принцип графического подобия (транслитерация), принцип фонетического подобия (транскрипция), принцип этимологического соответствия (транспозиция).

Прием транспозиции заключается в том, что имена собственные в разных языках, которые различаются по форме, но имеют общее лингвистическое происхождение, используются для передачи друг друга [3, с. 15-25].

Перед тем, как выбрать способ перевода топонима, В.В. Виноградов предлагает деление книжных, или вымышленных, имен на две группы. К первой относятся названия, «скроенные» авторами по существующим моделям и с трудом отличающиеся от реальных названий. В этой группе топонимы сохраняют свою основную функцию - номинативную, то есть называют объект, локализуя его во времени и пространстве. Вторую группу составляют книжные имена, которые совмещают в себе характеристики собственного и нарицательного имен, выполняют функцию «как называющего знака, так и означающего, ибо они не только указывают на объект мысли, но и характеризуют его» [2, с. 134].

Единицы первой группы, согласно В.С. Виноградову, передаются с помощью транскрипции. Такой же точки зрения придерживается А.А. Реформатский, отмечая, что там, где вымышленное топонимическое название не имеет стилистической или сюжетной окраски, следует его транскрибировать по правилам, существующим для реальных топонимов [4, с. 2].

Творческий подход к передаче топонимов начинается, когда переводчик сталкивается с названиями второй группы - значимыми, или смысловыми, «говорящими» топонимами. Переданное на язык перевода с помощью транскрипции, оно не сможет оказать эмоционального воздействия на читателя, в то время, как в оригинале оно рассчитано на такое воздействие.

Т.А. Косачева выделяет ряд приемов передачи имен собственных. К ним относятся: транскрипция, транслитерация, перевод или калькирование, включение в текст иностранного имени в его исходной графике [5, с. 21-23]. На практике эти приёмы чаще комбинируются друг с другом, поскольку каждый имеет свои достоинства и недостатки. Перевод - калькирование, бывает, незаменим при передаче значащих имен и прозвищ. Поскольку их функция не столько назывная, сколько характеризующая. Однако чаще этот способ передачи имен собственных нежелателен.

Способ включения в текст иностранного имени в его исходной графике удобен тем, что он сразу выделяет имя собственное в контексте и убирает ряд проблем, связанных с трудностью и невозможностью передачи отдельных иноязычных звуков и букв. Однако,

пригодный для зрительного прочтения, этот способ не действует при необходимости прочтения вслух текста человеком, не знающим языка оригинала [5, с. 21-23].

В данном исследовании были проанализированы приемы перевода топонимов в тексте романа М.А. Булгакова «Мастер и Маргарита». Были выделены 89 топонимов, большая часть из них относится к топонимике Москвы, и небольшая доля приходится на главы, действия которых происходит в Ершалаиме, а также топонимы других стран. Материалом для анализа послужили переводы романа, выполненные Ричардом Пивером, Майклом Гленни и Дианой Бургин [7], [8], [6].

Вслед за А.В. Суперанской, все выделенные в данном произведении топонимы можно классифицировать следующим образом: гидронимы – названия водных объектов, которые включают пелагонимы – названия морей (Черное море, Мертвое море, Средиземное море), лимнонимы – названия озер (Байкал), потамонимы – названия рек (Москва-река); оронимы – названия форм рельефа, включающие фитонимы – название отдельных растений и в узком смысле как обозначение названий гор и их частей (Лысая гора, Брокенские горы); ойконимы – названия поселений, которые включают полисонимы и астионимы – названия городов (Ялта, Москва, Париж), комонимы или хорионимы – название сельских поселений (Виффагия) и урбанонимы – названия внутригородских объектов, включающие годонимы – названия улиц (Институтская улица, Садовая улица), агоронимы – название площадей, садов, парков (Александровский парк, Арбатская площадь, Кудринская площадь).

В ходе исследования выяснилось, что наиболее распространенным способом передачи топонимов в тексте романа является транскрипция.

Примечательно, что с помощью транскрипции в переводе переданы в основном годонимы: *Бронная – Bronnaya, Тверская – Tverskaya, Садовая – Sadovaya*.

Агоронимы были частично переданы с помощью транслитерации:

Александровский сад: Alexandrovsky Garden (Р. Пивер); Alexander Gardens (М. Гленни); Alexandrovsky Park (Д. Бургин);

Ваганьковский переулок: Vagankovsky Lane (Р. Пивер), Vagankovsky Street (М.Гленни), Vagankovsky Lane (Д. Бургин).

В отдельных случаях довольно трудно разграничить транскрипцию и транслитерацию, например: *Белгород – Belgorod, Армавир – Armavir*. Как видно из примеров, в переводе передана как графическая, так и фонетическая формы слова, поэтому проблематично определить способ передачи данных топонимов.

В некоторых случаях, к топонимам, переданным с помощью транскрипции или транслитерации, прилагается переводческий комментарий, например: *Кисловодск – Kislovodsk, Ерусалим – Yershalaim*. В сноске переводчик Р. Пивер дает определение данных топонимов: *Kislovodsk: Literally “acid waters”, a popular resort in the northern Caucasus, famous for its mineral springs; Yershalaim: An alternative transliteration from Hebrew of the name of Jerusalem.*

Наряду с транскрипцией и транслитерацией, в переводе широко применен прием полукальки. В основном, с помощью данного приема переданы названия гор, улиц, площадей и рек, например *Москва река – Moscow River; Никитинские ворота – Nikitsky Gate; Кудринская площадь – Kudrinskaya Square; Елоховская улица – Yelokhovskaya Street*.

Полукалька встречается очень часто: *Брокенские горы - Mount Brocken (Ричард Пивер), the Brocken Mountains (Диана Бургин); Арбатская площадь - Arbat Square*. Данные топонимы состоят из двух элементов, второй из которых переведен с помощью полукальки. Первый элемент переведен по правилу перевода отыменных прилагательных.

Калькирование было использовано для передачи смысла следующих топонимов: *Воробьевы горы – Sparrow Hills; Бульварное кольцо – the ring boulevard; Божедомка – Orphanage (Майкл Гленни); Чистые пруды – Clean Ponds (Ричард Пивер).*

Говоря о калькировании, стоит отметить, что здесь большую роль играет традиция в переводе, например: *Черное море – the Black sea, Мертвое море – the Dead Sea*. В этом случае калька является традиционной, скорее всего, из-за навигационной важности объекта.

Как видно из примеров, при переводе топонимов-словосочетаний переводу подлежало каждое слово.

Описание позволяет передать значение топонима, однако при этом иногда теряется его особенность. Пример описания: *Замоскворечье* – *on the far side of the Moscow River* (Майкл Гленни).

Конкретизация позволила заменить топоним с более широким значением топонимом с более узким, конкретным значением. Например, топоним *Лысая гора* в переводе Майкл Гленни передает как *Mount Golgotha*. Перевод *Bald Mountain*, как передают другие переводчики, не вызывает сходную реакцию у зарубежного читателя. Поэтому в данном случае вполне возможно заменить данный топоним уточняющей единицей.

Другой пример: *Елеонская гора* - *Mount of Olives*. Топоним *Елеонская гора* в переводе Ричард Пивер передает в значение того, что растет на этой горе.

В переводах романа встречаются топонимы, которые имеют традиционное соответствие, то есть устоявшийся вариант перевода. В основном, это топонимы, которые относятся к главам о Понтии Пилате, но также встречаются названия городов других стран и моря: *Вифания* – *Bethany*; *Ершалаим* – *Jerusalem* (Michael Glenny); *Вифлеем* – *Bethlehem*; *Париж* – *Paris*; *Средиземное море* – *the Mediterranean Sea*.

Таким образом, в переводе были использованы следующие приемы передачи топонимов: транскрипция, транслитерация, калька, полукалька, описание, конкретизация, традиционное соответствие.

По нашему мнению, релевантными приемами перевода можно считать транскрипцию, транслитерацию, полукальку и традиционное соответствие, так как они наиболее адекватно могут передать значение топонима и помочь переводчику избежать фактической ошибки, которую, скорее всего, мог допустить в своем переводе Майкл Гленни, передав топоним *Виффагия* как *Bethlehem*, из-за чего происходит совпадение данного перевода с названием города *Вифлеем* (*Bethlehem*).

Литература и источники

1. Барандеев, А. В. История с географией в терминах: учебное пособие для студентов вузов / А. В. Барандеев. — М.: Логос, 2005. - 245 с.
2. Виноградов, В. С. Лексические вопросы перевода художественной прозы / В.С. Виноградов. — М.: Издательство Московского университета, 1978. - 174 с.
3. Ермолович, Д. И. Имена собственные на стыке языков и культур / Д. И. Ермолович. — М.: Р.Валент, 2001. - с. 200.
4. Кабакчи М. К. К проблеме способов перевода топонимов в художественном тексте / М. К Кабакчи. — 2015. – 348-350 с.
5. Косачева, Т. А. Особенности передачи английских географических названий и имен собственных в русскоязычных текстах / Т. А. Косачева. — М.: Издательство «Бук», 2017. – 21-23 с.
6. Mikhail Bulgakov. The Master and Margarita / M.A. Bulgakov; Translated by Diana Burgin & Katherine Tiernan O'Connor. London: Picador, 1995. - 367 p.
7. Mikhail Bulgakov. The Master and Margarita / M.A. Bulgakov; Translated by Richard Pevear and Larissa Volokhonsky. - Penguin books, 1997.
8. Mikhail Bulgakov. The Master and Margarita / M.A. Bulgakov; Translated by Michael Glenny. - Collins Harvill, 1988.

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Рябова М. Ю., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

АНАЛИЗ ФОРМУЛ ОБРАЩЕНИЙ В РУССКОЙ, КИТАЙСКОЙ И КОРЕЙСКОЙ КУЛЬТУРАХ

Ra Du O

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

njo980625@gmail.com

Данная работа посвящена изучению обращений в русском, китайском и корейском языках. Обращение является одним из важнейших средств универсального характера, выработанных языком для обслуживания человеческого общения. Поэтому обращение можно считать языковой универсалией, обслуживающей одну из важнейших сторон речевой деятельности – организацию и регуляцию коммуникативных отношений. Объектом исследования в нашей работе являются обращения русского, корейского и китайского языков, а предметом исследования – установление их лингвокультурологической специфики. Рабочая гипотеза исследования выражается в следующем: китайские и корейские обращения могут как иметь эквиваленты в системе русского языка, что показывает общность (универсальность) сопоставляемых культур, так и не иметь соответствий, что позволяет выявить национально-культурную специфику (индивидуальность) каждой культуры в отдельности. Цель исследования состоит в сопоставительном изучении обращений для выявления общего и частного в усвоении данной категории различными носителями языка. Данная цель подразумевает постановку и решение следующих задач: 1) изучение научной литературы по выбранной проблематике; 2) отбор материала для сопоставления в русском, китайском, корейском языках; 3) разработка экспериментального исследования; 4) проведение экспериментального исследования путем анкетирования; 5) сравнение полученных результатов в русской, корейской и китайской лингвокультурах.

Ключевые слова: обращение, речевой этикет, китайский язык, корейский язык, русский язык, лингвистический эксперимент.

ANALYSIS OF APPEALS IN RUSSIAN, KOREAN AND CHINESE CULTURELS

Ra Jioh

Kemerovo State University

This project is devoted to the analysis of appeals in Russian, Chinese and Korean languages. The appeal is one of the most important universal means developed by the language to serve human communication. For this reason, the appeal can be considered a language unit serving one of the most important aspects of speech activity is the organization and regulation of communicative relations. The object of the study in our project is the treatment of Russian, Korean and Chinese languages, and the subject of the study is the establishment of their linguacultural specificity. The working hypothesis of the study is expressed in the following: Chinese and Korean appeals can have both equivalents in the Russian language system, which shows the commonality (universality) of the cultures being compared, and may not have correspondences, which makes it possible to identify the national cultural specificity (individuality) of each culture separately. The purpose of the study is a comparative study of appeals to identify the general and particular in the assimilation of this category by various native speakers. This goal implies the formulation and solution of the following tasks: 1) the study of scientific literature on selected issues; 2) selection of material for comparison in Russian, Chinese, Korean; 3) development of an experimental study; 4) conducting an experimental study by questionnaire; 5) comparison of the results in Russian, Korean and Chinese linguistic cultures.

Key words: appeal, speech etiquette, Chinese, Korean, Russian, linguistic experiment.

Когда человек называет другого человека, он всегда к нему обращается. Обращение является основной частью разговорной речи. Поэтому мы изучаем, как надо обращаться к людям, и учим этому детей.

Традиционно, в лингвистике под обращением понимают обособленный интонационно и грамматически самостоятельный компонент предложения или сложного синтаксического целого, служащий для обозначения лица или предмета, являющегося адресатом речи. По мнению В. Е. Гольдина, обращение является одним из «главных средств универсального характера, выработанных языком для обслуживания человеческого общения, для установления связи между высказываниями и субъектами общения в единый коммуникативный акт» [1, с. 4].

У каждого языка есть своя формула обращения, потому что у каждого народа разные культура и религия, и в зависимости от них оформляются разные формулы обращения к людям. В корейском и китайском языках больше обращений, чем в русском языке, так как на эти языки влияло конфуцианство. Конфуцианство – это этико-философское учение, разработанное Конфуцием (553–480 до н. э.) и развитое его последователями, вошедшее в религиозный комплекс Китая, Кореи, Японии и некоторых других стран.

Конфуцианство является мировоззрением, общественной этикой, политической идеологией, научной традицией, образом жизни, иногда рассматривается как философия, иногда – как религия. Конфуцианство – это и этика, мораль, согласно которой крайне важно относиться к людям и к родителям с уважением. Поэтому в корейском и китайском языках есть столь дробные обращения к родственникам. Обращения и вежливые формулы – это проявление прежде всего уважения. В Китае и Корее важно проявление уважительного отношения к другим родственникам, поэтому в корейском и китайском языках выделяется специальное обращение к каждому из них.

Цель нашего исследования состоит в сопоставительном изучении формул обращений для выявления общего и частного в усвоении данной категории различными носителями языка для уточнения их использования в речевой практике.

Объектом исследования в нашей работе являются формулы обращения в русском, китайском и корейском языках, а предметом исследования – установление их лингвокультурологической специфики.

Рабочая гипотеза исследования состоит в следующем: китайские и корейские формулы обращения и способы их употребления могут как иметь эквиваленты в системе русского языка, что показывает общность (универсальность) сопоставляемых культур, так и не иметь соответствий, что позволяет выявить национально-культурную специфику (индивидуальность) каждой культуры.

Для подтверждения рабочей гипотезы мы провели лингвистический эксперимент в форме анкетирования, в котором приняли участие китайские, русские и корейские студенты в количестве 45 человек. Им были предложены следующие вопросы:

1. Как Вы обращаетесь к незнакомой девушке?
2. Как Вы обращаетесь к незнакомому молодому человеку?
3. Как Вы обращаетесь к незнакомой женщине?
4. Как Вы обращаетесь к незнакомому мужчине?
5. Как Вы обращаетесь к старшему человеку?
6. Как Вы обращаетесь к ребенку?

Все вопросы были переведены на язык информантов. В итоге были получены анкеты, которые мы проанализировали. Приведем данные результатов анкет на русском, китайском и корейском языках в сводных таблицах.

Результаты анкет на русском языке

Обращени е к	Обращени е к	Обращени е к	Обращен ие к	Обращен ие к	Обращени е к
-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

незнакомой девушке	незнакомому молодому человеку	незнакомой женщине	незнакомому мужчине	незнакомому старшему человеку	незнакомому ребёнку
Девушка (15)	Молодой человек (8) Парень (6) Братуха (1)	Женщина (14) Девушка (1)	Мужчина (15)	Мужчина и женщина (8) Дедушка, бабушка (5) Батя и мать (1)	Девочка (8) Паренёк (2) Молодой (2) Эй (1) Пацан (1) Парнишка (1)

Результаты анкет на китайском языке

Обращение к незнакомой девушке	Обращение к незнакомому молодому человеку	Обращение к незнакомой женщине	Обращение к незнакомому мужчине	Обращение к незнакомому старшему человеку	Обращение к незнакомому ребёнку
姐姐 старшая сестра (3) 妹妹 младшая сестра (3) 女士 мисс (2) 美女 красотка (2) 姑娘 девушка (1) 同学 товарищ (1)	兄弟 младший брат (5) 朋友 друг (3) 哥哥 старший брат (3) 帅哥 красивый парень (1) 先生 господин (1) 师傅 мастер (1) 伙计 коллега, товарищ (1)	阿姨(姨) тётя (9) 女士 мисс (3) 姐姐(姐) старшая сестра (2) 大姐 самая старшая сестра (1)	叔叔(叔) дядя (9) 师傅 мастер (2) 哥哥 старший брат (2) 男士 мужчина (1) 先生 господин (1)	爷爷, 奶奶 дедушка, бабушка (9) 大爷 старший дядя (4) 老人家 уважаемый старик (1) 先生 господин (1)	小朋友 ребёнок, дети (14) 孩子 ребёнок (1)

Результаты анкет на корейском языке

Обращение к незнакомой девушке	Обращение к незнакомому молодому человеку	Обращение к незнакомой женщине	Обращение к незнакомому мужчине	Обращение к незнакомому старшему человеку	Обращение к незнакомому ребёнку
저기요(저기) извините, вы (12) 아가씨 девушка (2) 누나- старшая сестра (1)	저기요(저기) извините, вы (13) 형 старший брат (2) 아저씨 мужчина (1)	아주머니 женщина (12) 저기요(저기) извините, вы (2) 이모 тётя (1)	아저씨 мужчина (11) 저기요(저기) извините, вы (3) 선생님 учитель (1)	할아버지, 할머니 дедушка, бабушка (8) 어르신 отец друга (3) 저기요(저기)	꼬마야 малыш (7) 얘기야 ребёнок (5) 애야 малыш (3)

				기) извините, вы (3) 선생님 учитель (1)	
--	--	--	--	--	--

Как мы видим, результаты эксперимента доказывают, что в китайском и корейском языках отсутствуют различия в формулах обращения. Мы считаем, что это связано с общей для Китая и Кореи религии – конфуцианством. Однако в этих языках есть и формальные различия, которые касаются написания: в китайском – это иероглифы, а в корейском – буквы.

Также стоит отметить, что древний Китай сильно повлиял на культуру Кореи. Поэтому достаточно сложно найти различия между китайским и корейским языками. Однако нами установлены некоторые из них. Прежде всего, это различия в формулах обращения в зависимости от пола как адресанта, так и адресата. Так, в корейском отличается обращение к брату и сестре, которые старше адресанта по возрасту. Например, когда мужчина обращается к старшим брату и сестре, то он может использовать следующие номинации: 형 и 누나. 형 – формула обращения к старшему брату, а 누나 – это обращение к старшей сестре. А когда женщина обращается к старшим брату и сестре, то использует другие номинации: 오빠 и 언니. 오빠 – это формула обращения к старшему брату, а 언니 – это формула обращения к старшей сестре. В Китае нет такой формулы обращения, которая бы предназначалась для каждого пола. Найден только 1 тип различия в формулах обращения в китайском и корейском языках.

Между русским и восточными языками также есть различия в обращении. Это обращения касаются категории возраста. В русском языке можно обращаться к любому другу по имени. Однако в корейском и в китайском языках таким образом можно обозначить только друга младше или одного возраста (сверстника). Поэтому по отношению к старшему другу нужно использовать слова *старший брат* и *старшая сестра*.

Перспектива исследования видится прежде всего в том, чтобы собрать материал в группе носителей китайского и корейского языка разного возрастного и профессионального статуса, а также провести сопоставительный анализ полученных данных из разных провинций. Также нам кажется интересным исследование формул обращения в корейской, китайской и русской семьях. Для получения более точных результатов будут использованы разные виды лингвистического эксперимента.

Литература и источники

1. Гольдин, В. Е. Обращение: теоретические проблемы / В. Е. Гольдин. – М.: Либроком, 2009. – 136 с.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Денисова Э. С., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 811.581

ЭВФЕМИЗМ КАК СРЕДСТВО ПРЕОДОЛЕНИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ НЕУДАЧ (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО И КИТАЙСКОГО ЯЗЫКОВ)

Скрябикова В. В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

skryabikova2015@yandex.ru

Данная работа посвящена исследованию эвфемизмов тематических групп «возраст», «болезнь» и «смерть» на материале русского и китайского языков. В статье

рассматривается проблема изучения эвфемистических единиц в различных аспектах, а также актуальность их использования в процессе коммуникации. Особый интерес представляет выявление и изучение специфики образования и использования эвфемизмов в русском и китайском языках. Цель исследования состоит в изучении эвфемизации в сфере межкультурной коммуникации. Для достижения поставленной цели были выполнены следующие задачи: изучить теоретические труды отечественных и зарубежных авторов, посвященные исследованиям эвфемизмов в лингвистике; методом направленной выборки выделить эвфемизмы тематических групп «возраст», «болезнь» и «смерть» в русском и китайском языках; провести пилотный эксперимент с целью выявления культурных особенностей эвфемизации в Китае и в России. Материалом для работы являлась эвфемистическая лексика выбранных тематических групп в китайском и русском языках. В качестве источников исследования были выбраны словари эвфемизмов и исследовательские работы по данной теме. Полученные результаты могут быть использованы в курсе по основам теории межкультурной коммуникации.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, межличностные отношения, эвфемизм, эксперимент, анкетирование, русский язык, китайский язык.

EUPHEMISM AS A MEANS OF OVERCOMING COMMUNICATIVE FAILURES (ON THE MATERIAL OF THE RUSSIAN AND CHINESE LANGUAGES)

Skryabikova V. V.

Kemerovo State University

This work is devoted to the study of euphemisms of the thematic groups “age”, “disease” and “death” on the basis of Russian and Chinese languages. The article considers the problem of studying euphemistic units in various aspects, as well as the relevance of their use in the communication process. Of particular interest is the identification and study of the specifics of education and the use of euphemisms in Russian and Chinese. The purpose of the study is to study euphemization in the field of intercultural communication. To achieve this goal, the following tasks were completed: to study the theoretical works of domestic and foreign authors on the study of euphemisms in linguistics; using directed sampling, distinguish euphemisms of the thematic groups “age”, “disease” and “death” in Russian and Chinese; conduct a pilot experiment to identify the cultural characteristics of euphemization in China and in Russia. The material for the work was the euphemistic vocabulary of the selected thematic groups in Chinese and Russian. Dictionaries of euphemisms and research papers on this topic were chosen as sources of research. The results can be used in the course on the basics of the theory of intercultural communication.

Key words: cross-cultural communication; interpersonal attitudes; euphemism; experiment; questionnaire design, Russian, Chinese.

Человек не может жить вне общества, но жить в обществе, где тебя не уважают, не ценят и ни во что не ставят, тоже очень трудно. Для того, чтобы сохранять адекватные и стабильные отношения в социуме, были придуманы нормы этики и морали, которых все мы стараемся придерживаться. Стабильные межличностные отношения – это такие отношения, в которых нет грубости и конфликтов. Для того, чтобы избежать недопонимания и различных сложностей в процессе коммуникации, люди стали использовать более нейтральную лексику – эвфемизмы.

Эвфемизмы (греч. *euphémismos* – благоговение) – это слова и выражения, заменяющие те, которые кажутся говорящему неприличными, нетактичными или грубыми. Эвфемизмы принято считать языковой универсалией, так как они существуют во всех языках мира, в том числе в русском и китайском. Например, в русском языке мы используем выражение «*ушел в мир иной*» вместо «умер», а в китайском языке «*我不舒服了*» – «нездоровится» (букв. мне неудобно) вместо *生病了* «заболел».

Несмотря на то, что эвфемизмы давно и плодотворно изучаются лингвистами, до сих пор актуальными остаются вопросы об объеме и содержании понятий «эвфемизм», «табу», «политкорректная лексика». Дискуссионной является и типология эвфемизмов. Например, китайский исследователь Чжан Чань в автореферате диссертации «Эвфемизация в русском и китайском языках: лингвокультурологический и лингвопрагматический аспекты» выделяет 12 тематических групп эвфемизмов: эвфемизмы, обозначающие смерть, умственные и физические недостатки, болезни, бедность, возраст, старость и т.д. [1, с. 15]. Российская исследовательница, автор словаря эвфемизмов М. Л. Ковшова считает, что более целесообразно говорить о двух группах эвфемизмов: обиходно-бытовых и социально-политических, внутри которых в свою очередь выделяются еще более конкретные подгруппы [2, с. 277-303].

Группы, которые мы выбрали для исследования, а именно «смерть», «болезнь» и «возраст», так или иначе упомянуты во всех классификациях, так как это одни из самых табуированных тем в как в России, так и во многих других странах. Эти три группы тесно взаимосвязаны. Старость и болезнь могут являться причинами смерти, пожилые люди более подвергнуты различным заболеваниям, что во многих случаях приводит к смерти. Такие темы очень болезненны для обсуждения, эвфемизмы служат для предотвращения коммуникационной неудачи во время общения.

Но не во всех странах, как мы заметили, одни и те же темы являются запрещенными или некультурными. Например, в России, как и во многих европейских странах, тема возраста является довольно-таки деликатной. Особенно стараются избежать этой темы женщины. Они делают всё для того, чтобы замедлить процесс старения и физически, и морально. Поэтому сейчас мы активно используем выражения «женщина бальзаковского возраста» или «возрастные дамы». Этому подвержены, конечно же, не только женщины, но и мужчины. Есть целый перечень эвфемизмов, обозначающих «старого человека» любого пола. Например, «пожилой человек», «человек преклонного возраста» и т.д. В то время как в Китае люди зрелого возраста считаются многоуважаемыми и мудрыми хранителями опыта и знаний. У китайцев практически нет эвфемизмов, обозначающих пожилой возраст, но есть множество номинаций для молодого поколения. Например, выражение «桃李年华» (букв. молодые годы, юный возраст) о девушке 16-20 лет или «黄口», что буквально означает желторотый вместо «ребенок», «дитя».

Обращение к методу направленной выборки помогло нам извлечь необходимый материал из словарей эвфемизмов, а также из научных работ согласно выбранным тематическим группам. Обработав в количественном отношении полученные единицы, мы получили следующие статистические данные, релевантные для русской и китайской лингвокультур:

Группа эвфемизмов	Китайский язык	Русский язык
Смерть	89 (98%)	275 (54,5%)
Болезнь	1 (1%)	141 (28%)
Возраст	1 (1%)	88 (17,5%)

Одной из ближайших задач нашего исследования является определение причин, как лингвистического, так и экстралингвистического характера, столь существенного различия между количеством эвфемизмов одних и тех же групп в русском и китайском языках.

Практическая часть нашего исследования связана с проведением лингвистического эксперимента. Гипотеза нашего исследования состоит в изучении эвфемии как лингвокультурного феномена с целью выявить общее (универсальное) и уникальное (различное) в способах и средствах образования эвфемизмов, их тематическом наполнении в русском и китайском языках.

На данном этапе мы провели пилотный эксперимент, который прошёл в форме анкетирования. Студентам было предложено написать известные им эвфемизмы, которые они используют, когда затрагивают темы болезни, возраста или смерти.

Респондентами выступили 30 китайских и 30 русских студентов. Проанализированные анкеты русских студентов позволяют выявить наиболее обширную группу слов, актуализированную студентами – «смерть» (56 эвфемизмов), в то время как группы «возраст» и «болезнь» содержат 20 и 31 эвфемизмов соответственно. В китайском языке мы увидели следующее соотношение количества эвфемизмов групп «смерть», «возраст» и «болезнь» - 40, 38 и 15 соответственно.

Перспективой нашего исследования является проведение основного этапа эксперимента среди носителей русского и китайского языков разных возрастных и профессиональных групп, сопоставление полученных результатов, а также определение степени употребительности эвфемизмов данных тематических групп в речевой практике.

Литература и источники

1. Чжан, Ч. Эвфемизация в русском и китайском языках: лингвокультурологический и лингвопрагматический аспекты / Чань Чжан. Автореф. дис. канд. филол. наук. – Волгоград, 2013. – 24 с.
2. Ковшова, М. Л. Семантика и прагматика эвфемизмов / М. Л. Ковшова. – М.: Гнозис, 2007. – С. 279-304.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Денисова Э. С., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 811'373.45

ЭКЗОТИЗМ КАК КЛЮЧЕВОЕ ПОНЯТИЕ КУЛЬТУРЫ ДРУГОГО НАРОДА

Фролова С. А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

sofya-frolova-2016@mail.ru

Данная работа посвящена теоретическому и практическому исследованию экзотизмов в русской и китайской лингвокультурах. Особый интерес в рамках поставленной проблемы представляет изучение экзотизма как единицы передачи лингвокультурных реалий и способов их перевода. Объектом данного исследования являются русские и китайские экзотизмы, предметом исследования - причины появления, сферы употребления и специфика их использования в исследуемых языках. Целью исследования является изучение особенностей использования заимствований, путем сбора материала, проведения лингвистического эксперимента и анализа получившихся результатов. Материалом послужили экзотизмы из русского и китайского языков. В качестве источников исследования использовались различные лингвистические словари, тексты, тематические статьи и устная речь. В ходе данной работы были поставлены и решены такие задачи, как изучение теоретической базы явления заимствования в русской и китайской лингвокультурах; сбор и распределение экзотизмов по тематическим группам; сопоставление русских и китайских экзотизмов; подготовка анкетирования; раскрытие специфических лингвокультурных особенностей отобранного материала. Полученные результаты могут быть использованы в сфере межкультурной коммуникации и в лингвистических исследованиях заимствований, в том числе и экзотической лексики, в русском и китайском языках.

Ключевые слова: заимствование, экзотизм, русский язык, китайский язык, межкультурная коммуникация, лингвистика.

EXOTISM AS A KEY CONCEPT OF CULTURE OF DIFFERENT CULTURE

Frolova S. A.

Kemerovo State University

This work is devoted to theoretical and practical research of exotisms in Russian and Chinese linguistic cultures. Of particular interest in the framework of the problem posed is the study of exotisms as a unit of transmission of linguacultural realities and methods for their translation. The subject of research is Russian and Chinese exoticism, the subject of research is the causes of the appearance, scope of use and the specifics of their use in the studied languages. The aim of the research is to study the particularly the use of borrowing by collecting material, conducting an linguistic experiment and analyzing the results. The material was exotisms from Russian and Chinese languages. Various linguistic dictionaries, texts, and spoken language were used as sources of research. In the course of this work, tasks such as studying the theoretical basis of the phenomenon of borrowing in Russian and Chinese linguistic cultures were posed and solved; collection and distribution of exotics by thematic groups; juxtaposition of Russian and Chinese exotisms; questionnaire preparation; disclosure of linguistic and cultural features of the selected material. The results can be used in the field of intercultural communication and in linguistic research of borrowings, including exotic vocabulary, in Russian and Chinese.

Key words: borrowing, exoticism, Russian language, Chinese language, intercultural communication, linguistics.

Изучением культуры народов занимаются многие науки – этнология, этнография, археология, география и т. д. Не последнее место в этом ряду занимает лингвистика – наука, изучающая языки.

В мире существуют несколько тысяч народов. Каждый разговаривает на своем собственном, уникальном языке. У некоторых народов можно проследить схожие черты, которые указывают на один исток. Одни произошли от одного предка, другие подвергались влиянию извне на протяжении всей истории своего развития.

В XXI веке межкультурная коммуникация становится неотъемлемой частью мирового сообщества. Она применима в политических, экономических и культурных сферах. Поэтому изучение аспектов, влияющих на успешную межкультурную коммуникацию, является актуальным направлением изучения. В первую очередь, это необходимо для эффективного сотрудничества между различными культурами и народами.

Язык – это отражения культуры народа. Он отражает в себе все изменения, происходящие на протяжении всего своего существования. Поэтому для полного понимания культуры другого народа важно изучить его язык.

Целью нашего исследования является изучение экзотизмов как ключа к пониманию культуры и мышления народа. Экзотизмы – это лексические единицы, служащие для названия предметов и явлений, характерных для быта и особенностей жизни другого народа. Слова эти, как правило, известны достаточно культурным и начитанным людям, но, в отличие от лексически освоенных заимствований, употребляются только в тех случаях, когда речь идет о жизни какого-то другого народа. Среди образованных людей лучше употребить экзотизм, чем давать описательное определение – *килт* вместо *короткая мужская юбка шотландцев* и т. п. Экзотизмы свидетельствуют о причастности к чужой культуре, придают речи такое качество, как достоверность, и в целом повышают впечатление об уровне языковой и энциклопедической культуры говорящего.

В рамках исследования нами были выбраны экзотизмы русской (*Баба-яга, квас, Пушкин, сарафан, рубль* и др.) и китайской (*火锅 (хого), 孔夫子 (Конфуций), 旗袍 (ципао), 元 (юань), 太极拳(тайцзицюань)* и др.) лингвокультур. Они будут использованы в качестве стимулов в анкетировании среди русских и китайских студентов в возрасте 18-25

лет. Цель лингвистического эксперимента состоит в выявлении разницы восприятия языковой картины мира у разных народов. Опрашиваемые должны будут написать определения к экзотизмам своей и чужой культуры. Таким образом, можно будет выявить общее отношение к ключевым понятиям другого народа, что, в свою очередь, поможет лучше понять менталитет и специфику мышления другой нации.

Результаты нашего исследования позволят сделать выводы, касающиеся перспектив изучения и применения экзотизмов в сфере международных коммуникаций.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Денисова Э. С., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81`25

СЛАВЯНСКОЕ ФЭНТЕЗИ: ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА

Яцун О.О.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

zweyoo@rambler.ru

Данная статья раскрывает проблему перевода реалий с английского языка на русский на материале романа американской писательницы Кэтрин Арден "Медведь и соловей". Также была произведена классификация реалий.

Ключевые слова: перевод, реалии, славянское фэнтези, Кэтрин Арден, художественный перевод.

SLAVIC FANTASY: PROBLEMS OF TRANSLATION

Yatsun O. O.

Kemerovo State University

This article reveals the problem of translating realia from English to Russian on the base of the novel "The Bear and the Nightingale" by the American writer Katherine Arden. The paper also introduces a classification of these realia.

Key words: translation, realia, Slavic fantasy, Katherine Arden, literary translation.

В последние десятилетия современный мир развивается всё быстрее. Глобализация влияет на нашу повседневную жизнь и уводит нас всё дальше от нашего прошлого. Нельзя не заметить, что процесс глобализации вызвал эффект противодействия: люди начинают тянуться к своим истокам. «Человек в поиске этнической идентичности» - так можно охарактеризовать некоторые тенденции, охватившие все слои современной поп-культуры – от мира моды до литературы. К примеру, на презентации своей коллекции Мария Казакова использовала лозунг «Вперёд к корням», а сериал «Ведьмак», основанный на книгах польского автора Анджея Сапковского, был успешно экранизирован каналом Netflix как своего рода суррогат популярнейшей «Игры престолов» - сериала, основанного на западноевропейской мифологии.

В данной работе мы рассмотрим, как данные тенденции проявляют себя в современной популярной литературе жанра фэнтези. Традиционно хронотопом этого жанра выступало европейское средневековье. Но в последнее время места действий этих произведений становятся этнически разнообразными. Например, можно встретить произведения, в которых за основу берется африканская, индийская, индейская, японская, китайская и прочие мифологии. Часто авторами выступают представители этих культур, но это не

всегда так. Например, фэнтези романы «Ветер в его сердце» Чарльза де Линта, «Американские боги» Нила Геймана, «Голем и джинн» Хелен Веккер привлекают своей экзотичностью, при том, что авторы – представители западноевропейской культуры. На волне интереса к «экзотическому антуражу», усилился и интерес к русской культуре, что можно заметить не только в литературе, но и в моде, музыке, искусстве. Появились произведения в жанре фэнтези, основанные на славянском фольклоре и мифологии. Среди наиболее коммерчески успешных и заметных проектов можно выделить книги «Бессмертный» Кэтрин М. Валенте и «Медведь и соловей» Кэтрин Арден.

Для западного читателя славянская культура не менее необычна и экзотична, чем африканская или, например, японская. Фэнтези, основанное на восточнославянской мифологии, отличается от традиционного «толкиенистского» фэнтези, где уже устоялась своя фантастическая терминология: эльфы, гномы, орки и так далее. Популярность славянского фэнтези неизбежно тянет за собой проблему перевода: реалии и имена собственные должны воспроизводиться так, чтобы они были понятны для зарубежного читателя, но одновременно не разрушили «экзотический антураж» произведения. Получается, что уже при создании произведения в жанре славянского фэнтези англоязычный автор сталкивается с проблемой, более типичной для переводчика: ему предстоит решить, какое впечатление должен производить экзотический текст на западного читателя – такое же, как и на носителя славянской культуры? Или же стоит максимально бережно культивировать в читателе чувство, что текст был написан на чужом языке и отражает чужую культуру? А как быть с реалиями, когда славянское фэнтези, написанное для западноевропейской аудитории, переводится на русский язык, чтобы попасть на книжные прилавки русскоязычных стран?

Разумеется, проблема перевода реалий в жанре фэнтези достаточно хорошо изучена – именно благодаря коммерческой востребованности данного жанра. Можно вспомнить работы Ю. Ю. Шабановой и Ю.В. Приваловой [1], Е. В. Хомцовой [2], В.А. Вернигоровой [3]. Также можно отметить работу Мосиенко Л.В. [4] о классификации реалий.

Подход к определению реалий варьируется от автора к автору. Так, Ю. Ю. Шабанова и Ю.В. Привалова считают, что реалии – это чаще всего материальные предметы, которые выражают характер и национальный колорит той или иной культуры и быстро реагируют на изменения в развитии общества. В языке реалии делятся на три группы: неологизмы, историзмы, архаизмы. [1, с. 168-169] Е.В. Хомцова же определяет реалии как разнообразные факторы, изучаемые экстралингвистикой, например, такие как государственное устройство страны, история и культура народа, языковые контакты носителей определённого языка, а также предметы материальной культуры. [2, с. 159-162],

Логично, что произведения, основанные на экзотической мифологии, часто сопровождаются глоссарием, куда выписаны реалии экзотического мира, способные вызвать у читателя трудность восприятия. Надо сказать, что глоссарий, как и географическая карта, в какой-то степени являются маркером жанра фэнтези. Однако в большинстве случаев в глоссарий входят реалии, придуманные автором, то есть авторские неологизмы. В случае же этнического фэнтези глоссарий включает в себя реалии культуры и мифологии, послуживших основой для произведения, и обработанных автором. Такой глоссарий есть, например, в книге «Медведь и соловей» Кэтрин Арден (2017). Входящие в него слова можно разделить на следующие группы:

- Персонажи фольклора (Baba Yaga – Баба Яга, Rusalka – Русалка и т.д.);
- Географические названия (Rus' – Русь и т.д.);
- Титулы (Boyar – Боярин и т.д.);
- Обращения (Batyushka – Батюшка и т.д.);
- Одежда и предметы быта (Sarafan – Сарафан и т.д.);
- Еда (Kvas – Квас и т.д.).

В основном филологи выделяют пять наиболее распространённых способов перевода реалий: транскрипция и транслитерация; калькирование; уподобление; описательный перевод; трансформационный перевод. В книге «Медведь и соловей» для передачи русских слов на английском языке использовались транскрипция и транслитерация, уподобление и описательный перевод. Транскрипция – это воспроизведение звучания иностранного слова. Например, в глоссарии встречаются Ruos (пёс), Mysh' (мышь) и Buyan (Буян). Транслитерация – воспроизведение буквенного состава иностранного слова на языке перевода. Как пример можно привести слова Buran (буран), Volotnik (болотник) и Gospodin (господин). Уподобление – поиск ближайшего по значению соответствия в языке, на который производится перевод для лексической единицы имеющегося языка, не имеющей эквивалента, например, Grand prince (великий князь). Описательным переводом является перевод, при котором значение лексических единиц раскрывается при помощи развернутого словосочетания, например, Holy fool (юродивый).

Обращает на себя внимание тот факт, что все эти слова, переданные автором в латинице, не требуют пояснения для русскоязычного читателя. Как же переводчик славянского фэнтези решает эту проблему? В русской версии книги глоссарий сохранился, но переводчик оставил примечание, что он приведён в сокращённом виде во избежание дублирования транслитерированных слов. В основном сохранились историзмы и названия персонажей фольклора, но исчезли такие слова как, например, двор, дочка, мышь, огонь.

Можно сделать вывод о том, что авторы фэнтези успешно используют тот факт, что современный человек, наперекор глобализации, стремится к поиску собственной этнической идентичности. Появляется все больше произведений в жанре фэнтези, в основу которых легла определённая культура, которую западный читатель воспринимает как экзотическую. При этом автор уже на этапе создания произведения сталкивается с проблемой перевода экзотических «реалий». В дальнейшем же растущая коммерческая популярность таких книг приводит к тому, что произведение приходится адаптировать для носителей той культуры, которая лежала в его основе, а для этой категории читателей экзотическая составляющая текста уже таковой не является. Представляется, что в связи с растущей популярностью этнического фэнтези проблема перевода реалий будет становиться только актуальнее.

Литература и источники

1. Хомцова, Е.В. Проблема перевода реалий в художественном тексте на примере произведения А. Конан-Дойла «Затерянный мир» / Е.В. Хомцова, Р.М. Ситняк. - Современные лингвистические парадигмы: материалы международной научной конференции, 2017 – 159 с.
2. Шабанова, Ю.Ю., Привалова, Ю.В. Проблема перевода слов – реалий / Ю.Ю. Шабанова, Ю.В. Привалова - Успехи современного естествознания. – 2012 – 168 с.
3. Вернигорова, В. А. Перевод реалий как объекта межкультурной коммуникации / В. А. Вернигорова. - Молодой ученый, 2010. – 184 с.
4. Мосиенко, Л.В. Лингвокультурологическая проблема классификации реалий / Л. В. Мосиенко. - Вестник Оренбургского государственного университета 2005. - 155 с.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Рабкина Н.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 81-112

«ФЕЙКОВЫЕ» ЗАГОЛОВКИ ИНФОРМАЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ В РОССИЙСКИХ СМИ (НА МАТЕРИАЛЕ ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЙ)

Алексеевко Т.В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

TatyanaAlex.1811@yandex.ru

В современном мире каждый разумный человек обращается к Интернет-СМИ, тем самым заголовки будут еще долгое время играть важнейшую роль в жизни общества. Житель мегаполиса чаще всего открывает Интернет-издания с целью, в первую очередь, получить информативную функцию сообщения. Прделанная работа посвящена актуальной теме и важной проблеме – соотношению информативной и суггестивной функции заглавие. Выявление и описание типов выделения «фейковых» названий информационных материалов. В заголовке к публицистическому тексту ведущей всегда оказывается оценочная функция, где мы можем увидеть выражение авторской позиции к поставленной ситуации.

Ключевые слова: ложноориентирующие заголовки, информационная функция, исследование, выявление, соотношение, интерпретация, манипуляция.

"FAKE" HEADLINES OF INFORMATION MATERIALS IN THE RUSSIAN MEDIA (BASED ON THE MATERIAL OF INTERNET PUBLICATIONS)

Alexeevko T.

Kemerovo State University

In the modern world, every reasonable person turns to the Internet media, thus the headlines will play an important role in the life of society for a long time. A resident of a megalopolis most often opens online publications in order, first of all, to get an informative message function. This work is devoted to an actual topic and an important problem – the ratio of informative and suggestive function title. Identification and description of types of allocation of "fake" names of information materials. In the title to the journalistic text, the leading function is always the evaluation function, where we can see the expression of the author's position to the situation.

Key words: false-oriented headings, information function, research, identification, correlation, interpretation.

У заголовка к информационному сообщению, в большинстве случаев представляющего собой полное предложение, доминирующей, а иногда единственной является информативная функция. В заголовке к публицистическому тексту ведущей всегда оказывается оценочная функция. В заголовке мы можем увидеть выражение авторской позиции к поставленной ситуации.

Цель исследования: изучить особенности структуры, семантики и манипулятивного функционирования ложноориентирующих заголовков в российских интернет-СМИ.

Степень разработанности проблемы: активное изучение проблематики заголовков началось со второй половины двадцатого века. Данный вопрос рассматривали такие учёные, как А.А. Тертычный, в своей работе «Заголовок – слово главное», Функции

газетного заголовка изучались в ряде работ: Харченко, 1968; Костомаров, 1971; Швец, 1971; Пешкова, 1985; Ненашев, 1986; Костыгина, 1988; Лазарева, 1989; Григоренко, 2003.

Сегодня пресса полна торжествующими воплями о принципиальной возможности полного контроля над поведением человека, причем с очень небольшими затратами, тем самым подаёт сигнал для изучения целей и приемов в условиях современной доступности. За небольшой промежуток времени существования интернета проблема *манипуляции сознанием* остро встает в науке, вследствие чего, с каждым годом уровень исследования растет, тем самым уровень противостояния манипуляцией увеличивается.

Существует также мнение о том, что для широкой публики проблема ложности высказываний отождествляется с применением «детектора лжи», или полиграфа, создателем данного тезиса можно считать А.Р.Лурия, который в конце 1920-х годов разработал так называемый «метод сопряженной методики», позже описанный им в вышедшей на английском языке книге «The Nature of Human Conflicts» (Luria, 1932), получившей в США огромную популярность.

Были исследованы синтаксические явления, мешающие быстрому восприятию текста. Это конструкции с отглагольными существительными и формально служебными словами, пассивные обороты, непродуманный порядок слов, создающий двусмысленные предложения. Следовательно, необходимо обращать внимание на особые языковые явления. Синтаксическая структура не должна затруднять понимание фразы, но должна соответствовать стилю определенного типа газеты, что и было отмечено в первых тезисах предложенного исследования.

Интерес к заголовку может быть вызван актуальной, злободневной темой, зависимостью от происходящих событий в городе или стране, тем самым, если связать заголовок с волнующей темой.

Сопоставление обычной и фантастической информации. Этот приём используют многие авторы каналов на YouTube. Заголовок может не отражать ничего особенного, а вот превью ролика заставит вас тут же посмотреть его.

Эффект обманутого ожидания возникает не сразу при чтении заголовка, а лишь после восприятия того отрезка текста, который «корректирует» предварительный прогноз о содержании, составленный читателем на основании заглавия.

Интерес к заголовку может быть вызван актуальной, злободневной темой, зависимостью от происходящих событий в городе или стране, тем самым, если связать заголовок с волнующей темой, пусть даже косвенно, вероятность того, что статья будет открыта, и как минимум, будет прочитана по диагонали, возрастает.

Научная новизна исследования состоит в том, что данная исследовательская работа предполагает собой не только охват моментов, характерных для определения «липы», то есть несоответствия, предложенного автором заголовка с содержанием статьи.

Как показало исследование, «желтая» пресса всё чаще выходит на первый план статей электронного вида, поэтому люди все чаще сомневаются в правильности употребления заголовков. Обманым путем автор стремится завлечь читателя.

Обманутые ожидания, попросту потраченное время читателя, все подобные факторы приводят к тому, что человек перестает пользоваться данным источником.

Практическая значимость результатов исследования заключается в определении значения средств манипуляции, а также выделения средств, что поможет противостоять ей.

Как показало исследование, «желтая» пресса всё чаще выходит на первый план статей электронного вида, поэтому люди все чаще сомневаются в правильности употребления заголовков. Обманым путем автор стремится завлечь читателя.

Литература и источники

1. Антонов А. В. Информация: восприятие и понимание / А. В. Антонов; отв. ред. А. Г. Ивахненко. – Киев: Наукова думка, 1988. – 182 с

2. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров // Собр. соч.: в 7 т. / М. М. Бахтин. –М., 1986. –Т. 5. –С. 159-206.
3. Вахтель Н. М. Высказывание в позиции газетного заголовка: семантика и прагматика: дис. ... д-ра. филол. наук / Н. М. Вахтель. –Воронеж, 2005. –271 с.
4. Жажиева Р. С. Газетный заголовок: рекламный аспект [Электронный ресурс] / Р. С. Жажиева, А. В. Шишкина // Вестник Адыгейского гос. ун-та. Сер. 2: Филология и искусствоведение. – 2014. – № 4 (149). –С. 150-154. –Электрон. версия печат. публ. –Доступ из науч. электрон. б-ки «КиберЛенинка».
5. Лазарева Э.А. Заголовок в газете: учеб. пособие для студентов и журналистов / Э. А. Лазарева. – Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1989. – 96 с.

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Голев Н.Д., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 82

**ОЦЕНКА ЭКРАНИЗАЦИИ РОМАНА И. С. ТУРГЕНЕВА «ОТЦЫ И ДЕТИ»
А. СМIRНОВОЙ В КИНОРЕЦЕНЗИЯХ 2008-2012 ГОДОВ**

Варенникова Е. А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

elenavarennikova10@gmail.com

Многие писатели, литературоведы не раз обращались к рассмотрению литературной классики как основы для фильмов, размышляли об её месте в современном киноискусстве и влиянии фильмов на классику. У всех разное мнение насчет этого. Одни положительно к этому относятся, другие видят пагубного влияния со стороны кинематографа на литературу. Чтобы проверить, как реализуются эти точки зрения, проанализируем кинокритику на примере экранизации Авдотьи Смирновой «Ошибка Базарова» 2008 года, многосерийного фильма (4 серии), снятого по мотивам произведения И. С. Тургенева «Отцы и дети». Источники рецензий возьмём такие: официальное издание «Коммерсантъ», интернет-портал «КиноПоиск» и блог-платформа «LiveJournal». Имеет смысл рассматривать кинокритику по двум направлениям. Первое, с точки зрения реализации в них жанрового задания. Второе, главное, это рассмотреть в них оценку экранизации А. Смирновой, какие стороны экранизации подмечены рецензентами, почему именно они привлекли внимание. Также остановимся на мнениях выдающихся писателей, специфике интернет-порталов, блогов и рассмотрим их как платформы для публикации отзывов и рецензий. Всему ли стоит верить?

Ключевые слова: экранизация, кинокритика, отзыв, оценка.

**THE ASSESSMENT OF FILM ADAPTATION BY A. SMIRNOVA OF «FATHERS
AND SON» BY I. S. TURGENEV IN KINORECENCIES OF 2008-2012**

Varennikova E. A.

Kemerovo State University

Many writers, critics have repeatedly consider literary classic as basic for films, thinking about its place in current cinematography and the influence of films on classic. Everyone has a different opinion about this. Some people have a positive opinion, others see a detrimental effect of films on literature. To check how these points of view are realized, we'll analyze film reviews of the film adaptation «Bazarov's Mistake», a mini-series (4 episodes) (2008) by Avdotya Smirnova shot

88

based on «Fathers and Sons» by I. S. Turgenev. The sources of reviews are: the official publication «Kommersant», the Internet portal «KinoPoisk» and the Internet platform «LiveJournal». It makes sense to consider film reviews in two directions. The first, is how implementation of the genre task consider in them. The second, and most important thing, is to consider assessment of the film adaptation by A. Smirnova was realized in them, which sides of the film adaptation were noticed by the reviewers, why they attracted attention. We'll also pay attention to the opinions of prominent writers, the specifics of Internet portals, blogs and considering them as platforms for publishing feedbacks and film reviews. Is everything worth believing?

Key words: film adaptation, film reviews, feedback, assessment.

Введение.

Многие писатели, литературоведы не раз обращались к рассмотрению литературной классики как основы для фильмов, и размышляли об её месте в современном киноискусстве. У всех разное мнение насчёт этого.

Одни положительно к этому относятся и не видят пагубного влияния со стороны кинематографа на классику. Как Александр Генис, русский писатель, журналист и литературовед. Вот, что он пишет: «Во всём этом я не вижу никакого ущерба для литературы. Добравшись до экрана, беллетристик ничего не теряет, но много приобретает. Прежде всего — лаконичность и интенсивность». [1]

Другие же говорят о масштабности этого влияния в плохом свете и даже прогнозируют то, что в последствие человечество перестанет читать книги. Такое мнение было у немецкого писателя Германа Гессе. Это то, что он написал в письме Феликсу Лютцендорфу: «Экранизируя литературное произведение, [...] Вы уничтожите главный, глубочайший смысл этого произведения и в самом лучшем случае достигнете примерно того же, чего может достичь перевод этого произведения на язык эсперанто». [2]

Чтобы проверить, как реализуются эти точки зрения в современном кинематографе, разберём это на примере экранизации Авдотьи Смирновой «Ошибка Базарова» 2008 года, многосерийного фильма (4 серии), снятого по мотивам произведения Ивана Сергеевича Тургенева «Отцы и дети». Главное, что мы рассмотрим, — это как осуществлялась оценку экранизации романа Тургенева А. Смирновой в кинорецензиях 2008-2012 годов.

Дадим определения ключевым понятиям.

Экранизация — интерпретация средствами кинопроизведений другого вида искусства, чаще всего, литературных произведений. [3]

Рецензии выявляют внутренний смысл и специфику произведений, соответствие первоисточнику, а также рассматривают ценность для аудитории тех или иных книг, кинофильмов, спектаклей и тому подобное. [4] Кинорецензия — разновидность жанра рецензии, в основе которого критический анализ кинофильма. [5]

Отзыв — высказанное мнение о ком-либо, чем-либо, оценка кого-либо, чего-либо. [6]

За основу возьмём материалы из газеты «Коммерсантъ» [7], портала «КиноПоиск» [8] и блог-платформы «LiveJournal». [9]

Портал «КиноПоиск» — крупнейший русскоязычный интернет-сервис о кино. Здесь доступны: онлайн-кинотеатр, обзор, характеристика премьерных, эксклюзивных фильмов. Зарегистрированные пользователи могут оставлять комментарии, писать как отзывы, так и рецензии. Выбор опций при написании кинорецензии: заголовок, деление на положительные, негативные и нейтральные, оценка по десятибалльной шкале в конце текста. «LiveJournal» — блог-платформа для ведения онлайн-дневников. Зарегистрированные пользователи создают блоги и публикуют материалы на разные темы, также включены комментарии и отметки «Нравится».

Рецензии и отзывы.

Многие «рецензии» назвать таковыми сложно, так как они не соответствуют характеристике, их можно расценивать лишь как отзывы. Но всё же есть материалы, подходящие под определение этого жанра.

Исходя из определения, отзыв – это мнение человека, его высказанные чувства и впечатления, в нём не рассматривается специфика экранизации и соответствие первоисточнику, что уж говорить о её рекомендации другим зрителям.

Рассмотрим, почему выбранные рецензии стоит называть таковыми.

В своей кинорецензии журналист, кинокритик, обозреватель газеты «Коммерсантъ» Лидия Маслова опирается на оригинал произведения и сравнивает его с современной интерпретацией в фильме. Это одна обязательная черта — опора на оригинал.

В следующей рецензии пользователь «Жозефина Морковкина» рассматривает фильм в ракурсе удачной экранизации классики, сопоставляет с оригиналом и рекомендует её для школьников. Вывод: так же прослеживаются черты рецензии как жанра.

Рецензия пользователя «asc» построена на сравнении экранизации А. Смирновой и телеспектакля Константина Богомолова, в которой он не забывает сравнить фильм и роман И. С. Тургенева.

Пользователь «Miss Danity» начинает кинорецензию с истории создания романа и освещения его проблематики, а затем сопоставляет с оригиналом и приходит к выводу, что экранизацию 2004 года можно рекомендовать школьникам. Рассмотрение проблематики произведения и ценности экранизации для аудитории входит в понятие этого жанра.

Кинорецензия пользователя «melanuja» основана на сравнении экранизаций 1958 и 2004 годов по такому критерию рецензии как критический анализ, причем сразу двух экранизаций. Но нам интересна последняя.

Все остальные тексты — отзывы. Пользователи выражают свои эмоции, часто употребляют «я», «мне», не приводят доказательств, аргументов и не описывают или критикуют сцены и образы. В их текстах часто фигурирует «я думаю», «я не увидел», «мне понравилось/не понравилось». Считать это рецензиями мы не можем, так как основываемся на том, что рецензию составляют критический отзыв, опора на оригинал и рекомендации.

Теперь, когда мы определили нужные нам материалы, приступим к работе с ними.

Концептуальные послы рецензентов.

Остановимся на концептуальных послых рецензентов и аспектах, которые были подмечены.

Все рецензенты отмечают удачно подобранный актёрский состав, соответствующий оригиналу.

Лидия Маслова делает упор на таком персонаже, как Павел Петрович Кирсанов. По её мнению, у Авдотьи Смирновой на первом плане именно он, а не Евгений Базаров: «Павел же Петрович, чей торжественный крупный план становится одним из мощных финальных аккордов фильма [...]». Лидия Сергеевна говорит, что режиссёр показала Базарова по-другому, «осовременила», и теперь все его поступки кажутся «побочным эффектом» возраста: «[...] в силу возрастного максимализма».

Пользователь «Жозефина Морковкина» уделяет особое внимание актёрам и описывает каждого, исходя из соответствующих характеристик оригинала. Евгений Базаров «хочет казаться большим циником», Аркадий Кирсанов «ищет свой путь и находит его в нормальном компромиссе», для родителей Базарова «сын — единственный свет в окошке» и так далее.

«Asc» отмечает, что в экранизации прекрасно сыграл Сергей Юрский: «Выдающаяся актёрская игра». Но среди плюсов телеспектакля относительно фильма отмечает неудачную игру Александра Устюгова — Евгений Миллер в спектакле сыграл лучше главного героя: «[...] возможно, он и не столь похож внешне, но его персонажу больше веришь». Интересное замечание приводится в конце. Пользователь считает, что фото на обложке и значение роли в фильме не совпадают: «Ярмольник появляется в кадре минуты на две, и

роль его крайне не значительна. Сергей Юрский [...] появляется лишь к середине фильма». На обложке были второстепенные, но не главные герои.

Следующий пользователь «Miss Danity» говорит о точном совпадении актёров и персонажей романа: «С такой точностью выбрать каждого героя, отточить его так, словно он сошёл из книги».

«Такой образ понятней современному зрителю, хотя немного дальше от тургеневского, чем в фильме 1984 года», — пользователь «melanyja» об образе Базарова. «Александр Скотников в роли Аркадия Кирсанова — это попадание в точку».

В основном внимание привлекли актёры, это потому, что, по словам рецензентов, подача актёров отличается от персонажей романа. Смирнова по-другому раскрывает образ персонажей. И так мы подходим к другому концептуальному посылу — «осовременивание» романа.

«Melanyja» отмечает удачное добавление новой сцены в фильм 2004 года: «[...] автор сняла сцены по-другому, но фильм не проиграл от небольшого расхождения с произведением Тургенева». И, соответственно, делает вывод, что это неплохо сказалось на общее впечатление.

Пользователь «Жозефина Морковкина» считает, что классика — это «то, что одинаково живо воспринимается и школьником, и пенсионером; и в 20 веке и в 21; и в России, и в Китае». И А. Смирновой удалось приблизить экранизацию к этому определению. Продолжается рецензия описанием, как именно режиссёр воплотила это в жизнь, что она показала «конфликт поколений, юношеский максимализм, душевные метания». Заканчивается рецензия рекомендацией: «Эту экранизацию можно смело рекомендовать для просмотра школьникам, не боясь, что она испортит их вкус и исказит представления».

Другой пользователь «КиноПоиска» «asc» считает, что экранизация «не дотягивает» до киноработы, оригинал не испортили, но и красивых сцен было мало: «Первоначальный материал не испортили. Но и особого шика передачи не чувствуется. Немногочисленные массовые сцены показаны скудно».

«Miss Danity» смотрела экранизацию с конкретной задачей увидеть, «как представят роман непосредственно наши современники»: «Словом, я осталась очень довольна современным прочтением романа».

Лидия Маслова в своей рецензии говорит, что режиссёр меняет акценты и уделяет внимание другому, не так, как Тургенев: «Но в фильме Авдотьи Смирновой финальный сатирический щелчок по лбу достается [...] Ситникову и Кукшиной» и «"Отцы и дети" похож на чувствительный дамский роман».

Вывод.

По словам рецензентов, актёрский состав хороший, идея произведения раскрыта, и экранизацию можно рекомендовать к просмотру. Можно сделать вывод, что рецензенты соответствуют первому из обозначенных мнений, то есть для них «переложение» текста романа на фильм пагубно не сказалось. Да, они не говорят одно и то же в один голос, есть расхождения, но общее впечатление хорошее, было сказано много положительного.

Также мы видим развитие Интернет-ресурсов. Об этом говорит преобладание рецензий с «КиноПоиска» и одного официального СМИ. Людям легче делиться своим мнением под псевдонимами и писать всё, что угодно, если опции на портале это позволяют. Отсюда и низкое качество кинокритик. Из всех просмотренных мы взяли всего лишь четыре.

Литература и источники

1. Генис, А. Довлатов и окрестности / А. Генис. – М.: Астрель: CORPUS, 2011. – 736 с.
2. Феликсу Лютцендорфу *, Мюнхен [Электронный ресурс] // Герман ГЕССЕ Hermann HESSEE (1877-1962); Немецкий писатель. URL: <http://www.hesse.ru/books/letters/print.php?story=69> (дата обращения 09.03.2020).
3. Большой энциклопедический словарь: Для школьников и поступающих в вузы. – 2. изд., стер. – М.: Дрофа, 2002. – 911 с.

4. Князев, А. А. Энциклопедический словарь СМИ / А. А. Князев. – М.: КРСУ, 2002. – 159 с.
5. Кинорецензия как жанр журналистики [Электронный ресурс] // Научная электронная библиотека «Киберленинка». URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kinoretsenziya-kak-zhanr-zhurnalistiki> (дата обращения 24.02.2020).
6. Ефремова, Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-образовательный / Т. Ф. Ефремова. – М.: Рус. яз. 2000.– 1209 с.
7. Семейный подряд в интерьере [Электронный ресурс] // Газета Коммерсантъ. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/1038933> (дата обращения 24.02.2020).
8. Рецензии / Отцы и дети, 2008 [Электронный ресурс] // КиноПоиск. URL: <https://www.kinopoisk.ru/film/426965/reviews/> (дата обращения 24.02.2020).
9. Отцы и дети, 2008 год, режиссёр Авдотья Смирнова [Электронный ресурс] // LiveJournal. URL: <https://melanyja.livejournal.com/617356.html/> (дата обращения 24.02.2020).

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. каф. Налегач Н. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81

ВУЗ КАК ОБЪЕКТ БРЕНДИНГА (НА ПРИМЕРЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕСС-СЛУЖБЫ КЕМЕРОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА)

Горохова М.В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

marina.gorokhova.99@mail.ru

С 2016 года Кемеровский государственный университет объединил в себе два ведущих высших учебных заведения области (КемГУ и КемТИПП) и получил статус опорного вуза Кузбасса, таким образом, стал бренд-учреждением. Статья посвящена исследованию брендинга опорного вуза Кузбасса, роли пресс-службы и её инструментального аспекта в формировании и функционировании бренда Кемеровского государственного университета.

Брендинг, бренд, пресс-служба, инструментальный аспект, КемГУ, Кемеровский государственный университет, опорный вуз Кузбасса.

UNIVERSITY AS A BRANDING OBJECT (ON THE EXAMPLE OF THE PRESS SERVICE OF KEMEROVO STATE UNIVERSITY)

Gorokhova M. V.

Kemerovo state University

Since 2016, Kemerovo state University has combined two leading higher education institutions in the region (KemSU and Kemtipp) and received the status of the main University of Kuzbass, thus becoming a brand institution. The article is devoted to the study of the branding of the main University of Kuzbass, the role of the press service and its instrumental aspect in the formation and functioning of the brand of Kemerovo state University.

Branding, brand, press service, instrumental aspect, KemSU, Kemerovo state University, Kuzbass reference University.

Рынок образовательных услуг – арена, где вузы активно конкурируют и борются как за человеческий ресурс, так и за собственные имидж и репутацию. Для поддержания конкурентоспособности вузы пользуются различными инструментами: большинство начинает брендировать деятельность. Дефиниция *брендинг*, принадлежащая К.Л. Бове и У.Ф. Аренсу: «Брендинг (branding) – деятельность по созданию долгосрочного предпочтения к товару, основанная на совместном усиленном воздействии на потребителя

товарного знака, упаковки, рекламной аргументации, материалов и мероприятий salespromotion и других элементов рекламной деятельности, объединенных единой идеей и унифицированным оформлением, выделяющим товар среди конкурентов, создающим его образ, подчеркивающим позицию, выделяющим уникальное торговое предложение» [1], определяет роль маркетинговых механизмов в процессе создания и работы над брендом. Сегодня существуют сотни бренд-вызов, на чьем фоне теряются «новички», которые с целью победы в конкурентной борьбе начинают внедрять в работу концепцию брендинга. Обратимся к деятельности Кемеровского государственного университета, который с 2016 года объединил в себе два ведущих высших учебных заведения области (КемГУ и КемТИПП) и получил статус опорного вуза Кузбасса, ставшего бренд-учреждением.

Основываясь на анализе понятия брендинг, который представлен отечественными и зарубежными исследователями (Ф. Котлер «Маркетинг в третьем тысячелетии: Как создать, завоевать и удержать рынок»[2], Е.А. Семёнова«Бренд-менеджмент» [3], М.Н. Дымшиц «Манипулирование покупателем»[4], Д.Огилви «Огилви о рекламе» [5], Ф.Д. Джоунс«Роль рекламы в создании сильных брендов»[6], Д.Бойетт «Гуру маркетинга» [7], можно дать следующее определение: брендинг – концепция, суть которой заключена в переносе преимущества товара в эмоциональную сферу, т.е. бренда как образа, возникшего в сознании потребителя при виде товарного знака.

Долгий и сложный процесс формирования бренда вуза требует исполнителя, в роли которого выступает пресс-служба, а именно, одно из структурных подразделений – PR-отдел.

В качестве основной функции отдела А.Н. Чумиков и М. П. Бочаров «Связи с общественностью: теория и практика»[8] определяют паблик рилейшнз – связь с общественностью, которая направлена на формирование отношений вуза и его целевой аудитории путём выстраивания коммуникационной системы.

Е.А. Макарова и Т.В. Мурыгина«Формирование успешного бренда вуза средствами PublicRelations // PR в России: образование, тенденции, международный опыт»[9] подразделяет аудиторию на:

- внутренних потребителей – людей, находящихся непосредственно в информационной среде университета: студенты, профессорско-преподавательский состав, руководство и сотрудники;
- внешних потребителей – людей, получающих информацию из коммуникационной среды вуза посредством PR-службы: абитуриенты и их родители, работодатели, СМИ, конкуренты, деловые партнёры, органы управления образованием и т.д.

Исходя из целенаправленности, Е.А. Дагаева «Специфика функционирования PR-службы высшего учебного заведения» [10] определяет основные задачи функционирования PR-службы вуза:

- стратегия развития коммуникационной политики университета;
- контроль внутриорганизационной среды;
- формирование взаимоотношений вуза и его внутренней аудитории путём внедрения единого корпоративного духа;
- обеспечение информацией всех структурных подразделений вуза;
- информационное и коммуникационное сопровождения памятных дат университета;
- организация корпоративных мероприятий.

Выполнение данных целей и задач предполагает осуществление определённых функций PR-службы, которые И.М. Синяева «Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности» [11] классифицирует следующим образом:

- 1) аналитико-прогностическая;
- 2) организационно-технологическая;
- 3) информационно-коммуникативная;
- 4) консультативно-методическая.

Данная схема невозможна без комплексного использования PR-инструментов.

Анализ брендинга вуза проведён на примере бренда Кемеровского государственного университета и деятельности пресс-службы КемГУ и её инструментария.

Изучение исследуемого материала показало, что работа пресс-службы КемГУ с брендом опорного вуза Кузбасса составляет около 4-х лет, за которые наблюдаются характерные функциональные изменения: внедрение и выполнение PR-функций и специализированная ориентация инструментального аспекта пресс-службы КемГУ.

Контент-анализ концепции брендинга опорного вуза Кузбасса, реализация которого напрямую зависит от деятельности пресс-службы КемГУ, позволил определить характерные черты и атрибуты бренда КемГУ. В результате можно сделать вывод: Кемеровский государственный университет и вариации нейминга (КемГУ и опорный вуз Кузбасса) представляют уникальный бренд, являющийся в регионе абсолютным лидером с многолетней историей (она определяет его репутацию) и ориентированный на стабильное развитие.

Наблюдение за реализацией концепции брендинга опорного вуза Кузбасса демонстрирует точечную работу с внешней и внутренней аудиторией – публик рилейшнз, осуществлением чего занимается структурное подразделение пресс-службы КемГУ – отдел информации и связей с общественностью (ОИиСО). Проанализировав его деятельность, можно отметить, что ОИиСО КемГУ формирует единое коммуникативное пространство вуза, которое в результате создаёт положительный имидж, укрепляет авторитет и статус Кемеровского государственного университета, а в сумме представляет бренд опорного вуза Кузбасса.

Проанализировав деятельность ОИиСО КемГУ, определив его задачи и функционал, отметим, что их комплексное осуществление требует наличия и использования отделом определённого набора PR-инструментов. Это позволило определить инструментальный аспект, с помощью которого формируется и функционирует бренд опорного вуза Кузбасса.

Инструментальный аспект представляет собой следующий набор:

- 1) Корпоративное издание – студенческий вестник «Статус-ВО!»;
- 2) Официальный сайт КемГУ – kemsu.ru;
- 3) Формат книги «Поколение 1 {».

Анализ приведённого инструментария показал, что:

1) С помощью корпоративного издания – студенческого вестника «Статус-ВО!» пресс-служба КемГУ развивает корпоративную идентичность опорного вуза Кузбасса и транслирует её на внешнюю аудиторию, конструируя положительный имидж КемГУ. Однако в концепции брендинга вуза газета не является эффективным PR-инструментом, т.к. её потенциал не используется пресс-службой в полной мере;

2) Официальный сайт Кемеровского государственного университета (kemsu.ru) является достаточно мощным PR-инструментом по формированию и укреплению бренда КемГУ. С помощью сайта пресс-служба визуально и содержательно осуществляет концепцию брендинга опорного вуза Кузбасса методом трансляции на внешнюю аудиторию атрибутов-ценностей, оформленных с использованием корпоративной символики. В сумме всё это позволяет сформировать образ вуза-бренда, выстроить доверительные отношения и повысить уровень лояльности аудитории, точнее – влиять на неё с помощью бренда;

3) Формат книги «Поколение 1 {» демонстрирует материальное воплощение концепции бренда опорного вуза Кузбасса. Самостоятельно книга представляет собой мощный PR-инструмент, активно позиционирующий атрибуты-ценности бренда КемГУ, нацеленные на воздействие и привлечение внешней аудитории. Однако стоит отметить, что эффективность данного формата напрямую зависит от его активного продвижения и трансляции среди потенциальных и реальных потребителей пресс-службой Кемеровского государственного университета с помощью имеющихся каналов связи и других инструментов PR.

Бренд опорного вуза Кузбасса – достаточно молодое явление, на сегодняшний день находящееся на стадии активного становления и развития, чем и занимается пресс-служба КемГУ, оснащенная комплектом PR-инструментов.

Литература и источники:

1. Бове, К.Л., Аренс, У.Ф. Современная реклама, пер. с англ. Голубкова Е.Н. Маркетинговые коммуникации: учебное пособие. – М.: Финпресс, 2009. – С.14.
2. Котлер, Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: Как создать, завоевать и удержать рынок. – М., 2009. – С.230.
3. Лейни, Т.А., Семенова, Е.А., Шилина, С.А. Бренд-менеджмент. – М.: Дашков и Ко, 2008. – С.134.
4. Дымшиц, М.Н. Манипулирование покупателем. – М.: Омега-Л, 2004. – С.17.
5. Огилви, Д. Огилви о рекламе; пер. с англ. А.Гостева и Т.Новиковой. – 2-е изд. – М.: Манн, Иванов и Фербер; Эксмо, 2013. – С.179.
6. Джоунс, Д.Ф. Роль рекламы в создании сильных брендов. – М.: Вильямс, 2012. – С.112.
7. Бойетт, Д. Гуру маркетинга. – М.: Изд-во ЭКСМО, 2010. – С.71.
8. Чумиков, А.Н., Бочаров, М.П. Связи с общественностью: теория и практика. – М., 2003. – С.16-19.
9. Макарова, Е.А., Мурыгина, Т.В. Формирование успешного бренда вуза средствами PublicRelations // PR в России: образование, тенденции, международный опыт: тезисы докладов и выступлений III Всероссийской научно-практической конференции. – Краснодар, 2006. – С.75-77.
10. Дагаева, Е.А. Специфика функционирования PR-службы высшего учебного заведения // Вестник ТИУиЭ. 2016. №1(23). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-funktsionirovaniya-pr-sluzhby-vysshego-uchebnogo-zavedeniya> (дата обращения: 31.01.2020).
11. Синяева, И.М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности. – М.: Гардарики, 2012. – С.56-57.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Рагимова Ф.С., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 070.1

ЖУРНАЛИСТИКА КАК ИНДИКАТОР СОЦИАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ В АВТОРСКОМ КИНО

Мальцев А.С.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

Launselot@mail.ru

В статье исследуется отражение характерных особенностей и тенденций развития современной журналистики в авторском кинематографе. Актуальность данной темы объясняется тем, что сегодня склонная к относительности и условности динамика развития общественного сознания, порожденная самим феноменом Информационного Общества, проявляется также в трансформации социального статуса и роли журналистики. Именно поэтому критическая интерпретация этой профессии в искусстве в целом, и в кинематографе в частности побуждает к рефлексии по поводу гораздо более глубоких и разносторонних проблем современного общества. Какие изменения произошли в современной журналистике? Каким образом она взаимодействует и влияет на смежные СМК? Как общество и массовая культура реагируют на изменения в журналистике? Ответы на эти вопросы можно дать, при условии тщательного рассмотрения различного рода проявления журнализма в образах авторского кино, которое является более творчески-

95

продуктивным нежели массовое кино. Сегодня фильмы таких выдающихся представителей авторского кинематографа как Ф. Феллини, М. Антониони, О. Стоуна и др. выполняют роль медиа-критики, осмысляющей место и роль профессии в обществе, а также создает социально-философские условия восприятия журналистики.

Ключевые слова: журналистика, авторское кино, СМИ, оценка социальной действительности, общественное сознание, медиаобраз.

JOURNALISM AS AN INDICATOR OF SOCIAL REALITY IN FILMS D'AUTEUR

Maltsev A. S.

Kemerovo state University

The article examines the reflection of the characteristic features and development trends of modern journalism in the author's cinema. The relevance of this topic is explained by the fact that today the dynamics of development of public consciousness, prone to relativity and conditionality, generated by the phenomenon of the Information Society itself, also manifests itself in the transformation of social status and the role of journalism. That is why a critical interpretation of this profession in art in general, and in cinema in particular, prompts reflection on the much deeper and more diverse problems of modern society. What changes have occurred in modern journalism? How does it interact and affect adjacent QMS? How do society and popular culture respond to changes in journalism? Answers to these questions can be given, subject to careful consideration of the various manifestations of journalism in the image of the author's cinema, which is more creatively productive than mass cinema. Today, films by such prominent representatives of auteur cinema as F. Fellini, M. Antonioni, O. Stone and others fulfill the role of media criticism, conceptualizing the place and role of the profession in society, and also creating social and philosophical conditions for the perception of journalism.

Keywords: journalism, films d'auteur, mass media, assessment of social reality, public consciousness, media image.

Журналистика всегда играла роль коммуникатора между множеством социальных групп. Уровень и качество этого посредника часто воспринимается как показатель состояния социальной реальности. Поэтому оценка журналистики в кинематографии в частности, это – глубокое осмысление уровня развития всего общества в целом.

Отдельного внимания заслуживает отношение к профессии журналиста режиссеров авторского кино. В отличие от массового, оно не транслирует стереотипы, а стремится к созданию новых художественных образов и интерпретаций. С этой точки зрения кинематограф может рассматриваться как своего рода социальный разоблачитель. Не протестуя открыто, он через образ работников СМИ ярче всего может выявить основополагающие аспекты реальности, которые не всегда под силу обнаружить средствами научного исследования. Конечно, тему журналистики в своем творчестве отражали многие представители авторского кино, поэтому охватить весь объем материала не представляется возможным. Однако мне всё же удалось найти общий подход, который объединяет разные взгляды режиссеров-авторов к журналистике. По моему мнению, этим подходом является понимание журналистики как индикатора социальной реальности. Авторское кино осмысляет роль и значение профессии в обществе. Более того оно создает новые социально-философские пути для понимания журналистики.

Рассмотрение стоит начать с творчества Ф. Феллини. С журналистикой режиссёр связывает многое: в молодости он работал репортером, а большинство его картин строится по принципу исповедального интервью. Сам Феллини говорил о том, что журналистский опыт, от начала и до конца строящийся на фактах, повлиял на его мироощущение и на создание фильмов. «В кино я как бы продолжаю свою журналистскую деятельность, ибо считаю жизнь наших дней более богатой крупными событиями и проблемами, чем историю» [1].

Таким образом, становится ясно, что журнализм в фильмах Федерико Феллини помимо исполнения сюжетообразующей функции несёт еще значительный смысловой посыл. И, наверное, ярче всего это показано в фильме «Сладкая жизнь» 1962 года.

Три часа – ровно столько времени потребовалось, для того чтобы вывернуть наизнанку жизнь «высшего» итальянского общества, в центре которого находится Марчелло – едва ли не самый известный журналист в истории кинематографа. Он циничен, эгоистичен, но при этом он действительно талантливый журналист, у него есть призвание, в нем есть большая идея. Реализовывает ли персонаж свой потенциал? Марчелло пытается найти ответ на этот вопрос в “сладкой жизни”, но находит лишь бессмысленность. Освещая жизнь римской богемы, он понимает, что там нет ни счастья и самого главного – личностной свободы. Если в начале фильма он проворно снует за кулисами всех вечеринок, то на исходе третьего часа на исходе оказываются и жизненные силы главного героя.

Также стоит рассмотреть образ друга Марчелло – фоторепортера Папарацци, чье имя по прошествии лет стало нарицательным. Этот герой кажется похожим на Марчелло, но в действительности эти герои – антиподы. Папарацци живет в том же мире “высшего общества”, но его абсолютно не тяготит эта жизнь. Ему приносит радость и его работа, и общение с представителями богемы, окружающих его, чего не скажешь о Марчелло. «Феллини не знает, куда можно уйти. Поэтому характер героя обречен на неподвижность. Он не может развиваться – это было бы неправдой, с точки зрения автора фильма. Герой обречен быть всегда только обозревателем. Другой роли ему не дано» [2]. Действительно, Марчелло – именно что обозреватель общества, которое напрочь лишено фантазии, оттого “сладкая жизнь” и становится такой скучной. Скука перерастает в апатию, далее наступает депрессия и, в итоге Марчелло вместе с римской богемой застревают в ситуации безысходности и беспомощности перед своей проблемой.

По-своему эту мысль продолжает Микеланджело Антониони. Основной темой всего творчества режиссера является рассмотрение под углом философии экзистенциализма реальность, которая непрерывно подменяет сама себя. Именно это повлияло на отношение Антониони к журналистике. По его мнению, она занимается бессмысленным делом. Главная цель журналистики - освещение событий, фиксация жизни, которую невозможно зафиксировать в силу её изменчивости, поэтому журналистика по определению не способна выполнять функцию общественного посредника.

Особенно ярко отношение режиссера прослеживается в фильме «Профессия: репортер» 1975 года. Вымышленный журналист телеканала ВВС Дэвид Локк давно не подступает к начатой работе. Будучи мастером своего дела, он застыл посреди пустыни, куда три года назад сбежал от разочарования в работе и разрушенного брака.

На самом деле, если тщательно проанализировать состояние героя, моральный уровень его поступков, что он начинает в той точке, где заканчивает Марчелло из «Сладкой жизни». Режиссер показывает последствия того морального кризиса, к которому так близко подошел Марчелло. Герой Антониони потерял свою идентичность и, что важнее всего, он принимает эту утрату идентичности. В первые же минуты фильма он, не задумываясь, вклеивает свою фотографию в паспорт умершего человека. Герой хочет через подмену личности разорвать круг обыденности. Однако «новая» жизнь оказывается не менее бессмысленной, чем предыдущая.

Данный пример ярче всего раскрывает проблему взаимоотношений журналиста и общества в психологических и социальных аспектах. Для Антониони журналист – это художник, который понимает, что его творческий замысел не соответствует ускользающей, постоянно меняющейся реальности. Утратив тем самым жизненные ориентиры, привязку к профессии, утраты возможности для самореализации, он пытается убежать от самого себя, внутренне осознавая невозможность этого побега. «Реальность теряет смысл, становится «ирреальностью», бледным подобием собственного образа. Она — всего лишь пустота. Герой по определению – скиталец, он лишен корней, семейной истории, одновременно

пассивен и ясновидящ, ему свойственна грустная уверенность людей, словно опьяненных свободой, ведущей к смерти или полному одиночеству.» [3]

В некоторой степени близкий образ журналиста можно найти в картине, вышедшей одиннадцатью месяцами ранее. Речь идет о фильме «Алиса в городах» немецкого режиссера Вима Вендерса. Также, как и Дэвид Локк, Филипп Винтер – это в каком-то смысле «выживший Марчелло», понимающий бессмысленность своего существования, оттого и мечтающий лишь о собственном исчезновении. Ощувив профессиональное бессилие, он впадает в глубокий личностный кризис. Однако если в основе мировоззрения Антониони лежала изменчивость реальности, то для Вендерса главное – это осознание ее непостижимости.

Филипп не может заставить себя написать ни строчки, но продолжает фотографировать, несмотря на то, что все кадры получаются банальными. Они не способны выразить суть, которую невозможно ухватить человеческим взглядом. Как талантливый журналист Филипп пытается это сделать, но безрезультатно. И именно из его уст мы слышим острую критику в адрес профессии: «Самое ужасное в передачах — не то, что в них слишком много рекламы, просто все остальное — это только промежутки между рекламой. И от всего исходит что-то отвратительное, какое-то наглое презрение». Главный герой видит собственную профессию как производство заведомо ложных свидетельств, ведь процесс отражения реальности никогда даже близко не коснется истины.

Если европейские режиссеры рассматривали социальный аспект журналистики через призму философии экзистенциализма, то американский режиссер Оливер Стоун в фильме «Прирожденные убийцы» 1994 года применяет в отношении журналистики метод критического реализма. Он вскрывает оборотную сторону масс медиа, без устали эксплуатирующую жестокость и насилие ради создания высоких рейтингов. Тележурналист Уэйн Гэйл рассказывает всей Америке о двух серийных убийцах благодаря чему Микки и Мэлори Нокс — знает в лицо каждый житель страны. Тем самым он создаёт целый культ поклонения убийцам и формирует соответствующие модели поведения и молодёжные идеалы.

Оливер Стоун выстраивает действительно причудливую кино мозаику, в которой журналистика с одной стороны обслуживает интересы общества, давая ему то, что оно требует, а с другой – подпитывает жестокое, бесчеловечное начало массового сознания. Однако это критика направлено не столько в сторону СМИ, сколько в сторону бессмысленного потребительского общества, в котором, самыми нормальными и здравомыслящими людьми являются серийные убийцы Микки и Мэлори. Журналистика же только участник в социально – философских проблемах этой общественной драмы.

Эти идеи находят свое логичное развитие в фильме «Стрингер» 2014 года, в котором режиссер Дэвид Гилрой не менее критично обращается к теме журналистики. Главный герой фильма по имени Лу Блум — бывший вор, который становится стрингером, то есть внештатным репортером, сотрудничающим с информационными и новостными агентствами в индивидуальном порядке. Такая работа почти всегда сопряжена с большими рисками. Стрингеры за свои деньги покупают необходимую аппаратуру, и в большинстве случаев работают индивидуально и несут ответственность за свою жизнь. Хотя стрингеры есть во всех развитых странах, больше всего их в США. В этой стране раздается и больше всего критики в адрес стрингеров, чьи материалы часто не отвечают ключевым критериям – объективности, точности, непредвзятости.

На первый взгляд, фильм кажется простой историей мелкого вора, который преуспевает в новой профессии. В действительности главным героем картины оказывается информационное общество. Если раньше СМИ только информировали людей о тех или иных событиях, то есть стремились объективно отразить реальность, то сегодня они сами формируют реальность. Соответственно акцент деятельности от освещения новостей смещается в сторону их создания. Режиссер показывает, что создание новостей часто

происходит на локальном уровне, и что их создатели — это отнюдь не профессионалы своего дела.

Всё это воплощается в образе главного героя. Лу Блум своими действиями отчетливо раскрываются все этапы «корректирования» реальности. Сначала герой просто снимает самые жестокие сюжеты из жизни Лос-Анджелеса. Затем он решается вмешаться в события, вытащив за ноги труп на освещенное место. А в финале картины он уже берет на себя роль режиссера перестрелки с полицейскими, он становится «режиссером реального события» [4]. Блум сознательно и хладнокровно создает событие, которое станет очередной сенсацией.

Однако критика режиссера направлена не столько в сторону журналистики, сколько в сторону зрителя, потому что в формировании информационной картины мира, помимо стрингеров, редакторов и владельцев СМИ, всегда участвует общество. Телекомпании показывают то, что подсознательно желает видеть среднестатистический человек, а именно жестокость и чужие страдания, которые приносят удовлетворяющее осознание ценности собственной жизни. В этом смысле снятый в почти документальной манере с элементами нуара «Стрингер» ставит печальный диагноз не только современной журналистике, но и обществу.

В начале данной работе была поставлена цель – на основе понимания журналистики как индикатора социальной реальности проанализировать различные видения этой профессии режиссеров авторского кино. В ходе исследования были выделены две тенденции. Первая представляет собой отказ от журналистики вследствие понимания непостижимости реальности. Это отчетливо видно на примере фильмов «Сладкая жизнь» Федерико Феллини, «Алиса в городах» Вима Вендерса и «Профессия Репортер» Микеланджело Антониони. Вторая же тенденция сводится к критике журналистики из-за ее участия в процессе создания новостей и общественных трансформаций. Эта тенденция прослеживается в таких кинокартинах, как «Прирожденные убийцы» Оливера Стоуна и «Стрингер» Дэвида Гилроя.

На основе данных результатов можно сделать вывод о том, что все подходы в авторском кинематографе к пониманию социальной роли журналистики сводятся к философско-критическому отношению к профессии. Режиссеры либо не доверяют ей право оценивать действительность, либо показывают то, как журналистика, вскрывая моральную порочность общества, провоцирует разрушение его устоев. «С одной стороны, журналистика – это погоня за сенсацией, ниспровергающая этические нормы. С другой, это по-прежнему высокий институт гражданской активности, свободы слова, независимости, способный к саморегуляции в переходные периоды своего бытия» [5]. По моему мнению, такому негативному образу и критической оценке есть логичное объяснение. Столь недоверчиво-критическое отношение непосредственно связано с тем, что журналистика представляется как наиболее полное воплощение качества социальной реальности. Режиссеры подчеркивают то, что СМИ напрямую зависят от зрителя – качество запроса зрителей во многом объясняет качество и природу продукции журналистов.

В заключение хочется отметить, что несмотря на негативный образ журналистики, который создают режиссеры, она по-прежнему занимает одно из важнейших мест в кинематографе. Журналистика помогает более остро акцентировать внимание на социальных проблемах и затронуть глубинные механизмы воздействия на сознание аудитории. Более того, такое пристальное внимание к профессии можно считать полноценным признанием ее значимости в жизни общества.

«Литература и источники».

1. Киященко Н.И. Философия творчества Федерико Феллини/ Философские науки. 2001. №4.
2. Сергиенко А. Федерико Феллини. Жизнь и творчество/
URL: <https://works.doklad.ru/view/sLfcuxA36tk/all.html> (дата обращения: 01.03.2020) – стр. 1
3. Бессмертный А. Кино и общество / URL: <http://psyfactor.org/kinoprop/kino3.htm> (дата

обращения: 03.03.2020)

4. Овчинникова Н. Журнализм в современном художественном кинематографе (2001-2008 гг.). Дипломная работа. – Пермь, 2008. /

URL: http://www.psujournal.narod.ru/vestnik/vyp_4/ovch_cinema.htm (дата обращения: 10.03.2020)

5. Роднянский А. Постановщики телевизионной реальности // Искусство кино. 2004. №4.

Научный руководитель - канд. филол. наук., доц. Прохорова Л. П., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 81

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ПЕРИОДИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ В РОССИИ И ЕГО ТИПОЛОГИЯ

Матяж В.В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

Matyazh.vika@yandex.ru

В статье рассматривается актуальная типология печатных СМИ России, их особенности и основные признаки, такие как возраст аудитории, специфика, особенности информации, периодичность и т.д. В работе представлен анализ основных типов периодических изданий, их место в системе типологии средств массовой информации. В результате анализа были выделены две большие группы изданий: универсальные и монотематические, узконаправленные. В каждой группе были выделены признаки и основные характеристики, которые отличают одну группу изданий от другой. Внутри групп были выделены основные типы печатных изданий, их целевая аудитория, особенности издания, иллюстрирование, использования информации. На основании полученных данных было выявлено, что в России наиболее распространены издания узкой тематической направленности, целевой аудиторией которых являются люди с определёнными увлечениями, интересами. Среди таких изданий особенно выделяются журналы об увлечениях и хобби: «Охотник и рыбак», «М-хобби», «Моделист-конструктор», «Вязание», «Burda» и др.. Данное исследование направлено на определение места различных типов печатных средств массовой информации на рынке периодической печати в России, влияние аудитории на его развитие.

Печатные издания, СМИ, типология, периодическая печать, типология СМИ, лингвокультурология

PERIODIC PRESS MARKET DEVELOPMENT TRENDS IN RUSSIA AND ITS TYPOLOGY

Matyazh V.V.

Kemerovo State University

The article discusses the current typology of the print media in Russia, their features and main features, such as the age of the audience, specifics, features of the information, frequency, etc. The paper presents an analysis of the main types of periodicals, their place in the typology of the media. As a result of the analysis, two large groups of publications were distinguished: universal and mono-thematic, narrowly focused. In each group, signs and main characteristics were distinguished that distinguish one group of publications from another. Within the groups, the main types of print media, their target audience, features of the publication, illustration, use of information were highlighted. Based on the data obtained, it was found that in Russia the most common are publications of a narrow thematic focus, the target audience of which are people with certain hobbies and interests. Among such publications, magazines about hobbies and hobbies stand out: "Hunter and Fisherman", "M-Hobby", "Model Designer", "Knitting", "Burda", etc.

This study aims to determine the location of various types of print media in the periodicals market in Russia, the influence of the audience on its development.

Print media, media, typology, periodicals, media typology, linguoculturology

Анализ типологии необходим для определения места издания в системе СМИ, такой анализ позволяет более полно рассмотреть взаимодействие издательств, их конкуренцию на рынке. Результатом анализа является информация, позволяющая выбрать самый эффективный путь развития печатного издания, определить методы работы с аудиторией.

Основой любой типологии является разделение систем объектов и их группировка с использованием обобщенной модели или типа [1]. В печатных СМИ таким объектом является периодическое издание (газета, журнал), на телевидении - канал, телевизионная программа, на радио - радиостанция, радиопрограмма. В журналистике типология необходима для изучения частных и общих характеристик СМИ. Признаками средств массовой информации могут быть: специфика аудитории; особенности информации; тема; цель; время выхода (например, для телевидения: утренняя/вечерняя программа, прайм-тайм и т.д.); периодичность (газета, выходящая ежедневно, еженедельная газета, издание выходящее один раз в месяц/квартал) и т. д.

Крупные российские издания представляют собой аналоги зарубежных изданий («Burda» - журнал о моде и шитье, «Космополитен» - глянцево-модный журнал, «Forbes» - финансово-экономический журнал, «National Geographic» - о хобби, связанных с путешествиями и фотографией, «Vogue» - модный журнал и др.). Разнообразны не только предметно-тематические характеристики, но и возраст читателя, журналы делятся на издания для детской аудитории: «Барбоскины», «Веселые картинки», «Ежик», «Квантик» и др.; подростковые: «Oops», «Cool», «Молоток» и др., также выделяется взрослая аудитория изданий. Знание возрастных особенностей каждой из групп помогает издателям удовлетворять их потребности. В зависимости от возраста, для которого предназначена публикация, редакция определяет ее содержание, структуру, форму, объем.

Помимо возрастных характеристик, необходимо обратить внимание на социально-психологические. Многие издания, направленные на взрослую аудиторию, начали выпускать аналоги журналов, рассчитанных на подростков, например: «Teen Vogue», «Elle girl», «Cool», данные периодические издания копировали взрослую прессу, они быстро завоевали подростковую аудиторию. На их страницах публиковались материалы о личной жизни актеров, певцов, особое внимание уделялось моде и красоте, а также гороскопам, гаданиям и статьям эротического содержания. Такие журналы были гендерно ориентированы. Основной аудиторией таких журналов были девушки.

Женские журналы вбирают в себя абсолютно любые жанры, особенно такие, которые способны оказывать наибольшее влияние на женскую аудиторию: интервью со звездой, биографии, вопросы-ответы, советы стилистов/психологов/диетологов и т.д. Стоит отметить конструктивную особенность женских журналов. Дизайнеры женских журналов выбирают эстетически приятный, лаконичный дизайн для своих публикаций. Пресса, ориентированная на женщин, во многом определяется большим количеством иллюстративных материалов. В некоторых печатных изданиях они занимают до шестидесяти процентов от общего объема. Иногда иллюстрации несут большую функциональную нагрузку: они расширяют знания читателей о предмете, который их интересует, воспитывают их эстетически. [2] Характер информации, ее представление, является основой для формирования различных типологических медиа групп.

Издания, рассчитанные на определенную категорию граждан (гендерно ориентированные, городские, общероссийские, подростковые и др.), могут быть универсальными по тематике, т.е. отражать темы, интересующие ту или иную аудиторную группу. Такие издания рассчитаны на широкую аудиторию. И есть монотематические издания, направленные на небольшую аудиторию, чаще они являются узконаправленными. [3] Например, журналы для женщин часто универсальны, они могут сочетать в себе

одновременно темы о моде, здоровье, домашнем быте, однако могут быть и монотематическими, например: «Пигмент», «SPA&management», «Облик. Esthetic guide» являются монотематическими журналами о медицине. В отдельную группу следует выделить журналы об увлечениях, среди женской аудитории это журналы о кройке и шитье, увлечениях, связанных с различным рукоделием: вязание, вышивание, макраме, журналы о домашнем быте и т.д.

В заключение отметим следующее, на отечественном рынке, на сегодняшний день, представлено большое количество печатных СМИ различных, как по тематике, так и по возрасту аудитории, ее специфике и т.д. Наиболее распространены журналы узкой тематической направленности, популярны издания о повседневных проблемах, личной жизни, жизни известных людей, хобби и т.д. Крупные издания («Космополитен», «МэнсХэлс») делают акцент на своей универсальности, разнообразии тем и широком охвате аудитории, однако сейчас быстро развиваются узконаправленные журналы об увлечениях: «Охотник и рыболов», «М-хобби», «Моделист-конструктор», «Вязание», «Burda» и др. Журнал может быть городским, региональным, массовым или элитарным, и в каждом конкретном случае точное определение типа издания помогает ему не только оставаться на рынке, но и приобретать необходимую форму. Типология во многом определяет приемы, методы, жанры, которые могут удовлетворить будущую аудиторию журнала.

Литература и источники

1. Большой энциклопедический словарь, 2-е изд., перераб. и доп. М., «Большая Российская энциклопедия» и «Норинт», 1997. 1456 стр.
2. Васильева Т.С. Особенности иллюстрирования глянцевого журнала. // Вестник Московского государственного университета печати. - 2013.
3. Антропова В.В. Медиатекста как трансляторы ценностей в творческих практиках журналистов: опыт типологии СМИ в культурологической идентификации. // Вестник Челябинского государственного университета. - 2013.

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Мельник Н.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 81

КОНЦЕПТ НАУКИ НА ПОРТАЛЕ «ПОСТНАУКА»

Мельникова А.Р.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

alinamelnikova2298@mail.ru

В разные исторические периоды вокруг науки аккумулировались разные смыслы, отношение к научному знанию менялось с течением времени. Сегодня идеи позитивистов, считавших научный метод единственным возможным способом познания действительности, популярные в XIX–XX веке, подвергаются сомнению, наука не возводится в абсолют, а воспринимается как источник ценной информации об окружающем мире. Интерес общества к науке растёт: появляются новые научно-популярные медиа (Naked Science, N+1, Arzamas и др.), проводятся фестивали науки (Science Bar Hopping, Science Slam и др.). Научные коммуникации занимаются не только распространением научных знаний, но и связывают науку с определёнными идеями, формируют общественное мнение о науке. Мы изучили, каким образом концепт науки представлен на портале «ПостНаука». В ходе исследования было выявлено 4 категории, через которые концепт науки реализуется в интернет-журнале «ПостНаука»: субъект науки, объект науки, методология исследования,

вклад науки в общественное развитие, наука как социальный институт. Миссия портала заключается в том, чтобы показать науку как деятельность конкретных людей, сделать современных учёных известными. «PostНаука» расширяет представление о науке, рассказывая о современных направлениях научной мысли и новых научных дисциплинах. В некоторых материалах, размещённых на интернет-ресурсе, подчёркивается вклад науки в общественное развитие. Портал также рассказывает о социологии академического мира, проблемах науки как общественного института.

Ключевые слова: научная коммуникация, научно-популярная журналистика, наука, концепт, популяризация.

CONCEPT OF SCIENCE ON INTERNET PORTAL «POSTNAUKA»

Melnikova A.R.

Kemerovo State University

Different senses were accumulated around science depending on historical period. Today ideas of positivists, who reckon that only scientific method makes possible to get accurate knowledge, call into question, science is not source of truth, but it gives essential information about the world. In modern society interest in science grows: new media start up (Naked Science, N+1, Arzamas and other), festivals of science carry out (Science Bar Hopping, Science Slam and other). Science communication not only spreads scientific knowledge but also can tie up some ideas with science, shapes public opinion on science. And the article considers how concept of science is presented on Internet portal «PostNauka». It is identified 4 categories through which concept of science realizes: subject of science, object of science, methodology of research, input of science into social development, science as public institution. The mission of Internet portal «PostNauka» is to show science as business of particular men. «PostNauka» tells about new scientific disciplines and by that widens concept of science. In some articles and videos the issue of role of science in social development is risen. The Internet portal also touches upon subject of problems of science as public institution.

Key words: science communication, science journalism, science, concept, popularization.

Большой энциклопедический словарь определяет науку как 1) сферу человеческой деятельности, функция которой заключается в выработке и теоретической систематизации объективных знаний о действительности; 2) одну из форм общественного сознания; 3) деятельность по получению нового знания и ее результат — сумму знаний, лежащих в основе научной картины мира; 4) обозначение отдельных отраслей научного знания [1]. Однако словарное определение не даёт представления о том облаке смыслов, которое окружает данное понятие, о восприятии науки людьми в конкретный исторический момент. Гарри Коллинз и Роберт Эванс выделяют три волны, в ходе которых происходила переоценка роли науки в обществе. Первая волна, 50–60-е гг. XX века — это период абсолютной веры в истинность научного знания. Вторая волна затрагивает 60–90-е гг., когда Томас Кун и ряд других учёных показали, что результаты исследований во многом зависят от общественного контекста, их можно интерпретировать по-разному, а любой научный факт — это договорённость внутри научного сообщества, поэтому научная картина мира является ограниченной и не точной. Третья волна только зарождается, и её суть заключается в том, что наука в сравнении с обывательским опытом предполагает более высокие технические и этические стандарты познания, однако это не единственный способ осмысления и изучения действительности [2].

Научная коммуникация, то есть «явные, организованные и спланированные действия, направленные на передачу научных знаний, методологии, методов и практик в тех случаях, когда существенной частью аудитории являются неспециалисты» может влиять на формирование научной культуры страны [2]. В связи с этим интересно изучить, как понятие

наука преломляется в современных медиа. Мы проанализировали, какое представление о науке стремится создать у своих читателей портал «ПостНаука», как раскрывается концепт науки в интернет-журнале. Перед тем, как перейти к анализу контента портала, необходимо раскрыть содержание термина «концепт». Д. С. Лихачёв отмечает, что концепт выполняет заместительную функцию, он является «алгебраическим» выражением словарного значения и возникает из столкновения этого значения с личным и народным опытом человека. И чем богаче опыт, тем большее количество смыслов включает в себя концепт. Он не только подменяет собой словарное значение и тем самым снимает различия в понимании этого значения (чем облегчается общение), концепт в известной мере расширяет его, оставляя возможности для сотворчества, домысливания, «дофантазирования» и для эмоциональной ауры слова. С этой точки зрения концепт — это не просто алгебраическое обозначение, не знак и не сигнал, это «послание» (message), которое может по-разному восприниматься адресатами в зависимости от контекста, индивидуального и всеобщего опыта, навыков и знаний человека [3].

Продуцированием научного знания занимаются учёные, они являются субъектами научной деятельности. На портале «ПостНаука» исследователь — центральная фигура. Создатели интернет-журнала определяют ресурс как «проект о современной фундаментальной науке и ученых, которые ее создают», а миссию «ПостНауки» они формулируют так: «Мы предпочитаем повествование от первого лица любому пересказу и ставим перед собой задачу создать платформу, на которой ученые становились бы известными не только для узкого академического круга, но и для широкой аудитории. Все авторы “ПостНауки” — эксперты в своей научной дисциплине. Мы стремимся показать нашим читателям, которые интересуются наукой и хотят сделать её своей профессией, возможные направления для исследований не как отвлеченные дисциплины, а как работу реальных людей...» Цель портала — показать науку в лицах, дать возможность учёным самим объяснять суть научных теорий, рассказывать о проведённых экспериментах. Таким образом, наука раскрывается через деятельность конкретных людей и перестаёт быть абстрактной категорией. Создатели «ПостНауки» хотят сделать учёных известными, но не превратить их в знаменитостей, не создать яркий миф вокруг исследователя, «селебритизации», как в случае со Стивеном Хокингом, Ричардом Докинзом, Сьюзен Гринфилд и Нилом Деграссом Тайсоном, которые благодаря СМИ стали настоящими научными суперзвездами, не происходит [4]. Учёный на «ПостНауке» представлен только как носитель научного знания. Портал также демонстрирует, что российская наука локализуется в определённых университетах, лабораториях, исследовательских центрах: Scoltech, НИТУ «МИСиС», ТюмГУ, МГУ им. М. В. Ломоносова, НИУ ВШЭ, РГГУ, Университет Иннополис, ИОН РАНХиГС и др. Стоит отметить, что научные разработки, ведущиеся не в столичных университетах, а в регионах, почти не освещаются на «ПостНауке». Интернет-журнал также запустил параллельный проект Serious Science, который работает по принципу «ПостНауки», однако своими достижениями делятся уже не русские исследователи, а учёные из других стран.

Наука в целом занимается познанием мира, однако каждая отдельная область исследований имеет свой объект. И на портале «ПостНаука» размещены материалы по различным направлениям научной мысли от нейролингвистики до биоэлектроники, наука показана в многообразии подходов, дисциплин, что является отражением современной ситуации, связанной с дифференциацией научного знания.

Учёные в своих мини-лекциях на «ПостНауке» затрагивают вопросы методологии, то есть понятие «наука» рассматривается как процесс, принципы ведения исследовательской деятельности. Например, биолог Евгений Рогаев в лекции «Генетические механизмы болезни Альцгеймера» рассказывает об истории изучения генетических причин, вызывающих заболевание: «Изучение болезни Альцгеймера — это пример успешного применения различных методов исследования для выявления разных генов болезни.

Ученые используют поиск гена болезни через биохимический продукт. Мы знаем нарушение на уровне белка или биохимии и на этом основании пытаемся найти нужный нам ген. Мы знаем, что существует амилоидная бляшка или пептиды, и полагаем, что это не просто маркер патологии, а ее причина. Так была расшифрована сначала аминокислотная последовательность пептида — 42 аминокислоты. С помощью этой информации вывели нуклеотидную последовательность ДНК, которая должна кодировать белок с нарушением. Ученым удалось выделить ген — амилоидного предшественника. Оказалось, что патогенный пептид, влияющий на развитие болезни Альцгеймера, лишь маленький кусочек амилоидного предшественника. <...> Мы использовали совершенно другую технологию, очень сложную и трудоемкую. Она позволила выявить ген, о котором мы ничего не знаем: ни функций, ни биохимических продуктов. Такая технология называется методологией позиционного клонирования генов. Она заключается в том, что если мы знаем маркеры — разбросанные по всему геному полиморфные ДНК, — то надо их накопить, чтобы мы могли проследить, как наследуется каждый из этих маркеров в семьях. Если он наследуется вместе с болезнью, ген находится где-то рядом. Мы знаем локализацию маркеров на хромосомах и можем сначала найти локализацию гена, а затем вытащить сам ген. Это было сделано еще до того, как геном человека был расшифрован. Таким способом удалось найти ген, который мы назвали «пресенилин-1» — предстарческий» [5].

В 2018 г. Британский фонд Wellcome провел исследование с целью выяснить, ощущают ли жители разных стран, что наука приносит пользу им лично и обществу в целом. Респонденты были разделены на четыре условные группы: энтузиасты (enthusiasts) — люди, которые считают, что наука приносит пользу таким, как они, и одновременно приносит пользу большинству людей в их стране; вовлеченные (included) — люди, которые сказали, что наука приносит пользу конкретно для них и похожих на них людей, но не для большинства жителей их страны; исключенные (excluded) — люди, которые заявили, что наука не приносит пользу конкретно им, но полезна для некоторых или большинства людей в их стране; скептики (sceptics) — люди, которые считают, что наука не приносит пользы ни им самим, ни большинству людей в стране. Среди россиян к энтузиастам принадлежат 39%, к вовлеченным — 22%, к исключенным — 13%, к скептикам — всего 9%. 17% опрошенных отказались ответить на вопрос [6]. Некоторые материалы портала «ПостНаука» направлены на то, чтобы увеличить число энтузиастов, показать, каким образом наука может помочь решить стоящие перед современным обществом задачи. Например, гид «Зачем нужны социальные науки?» рассказывает об актуальных направлениях социальных исследований и о том, как применить полученные в ходе этих исследований знания. Учёные пытаются ответить на вопросы: как нужно трансформировать библиотеки, музеи и университеты, чтобы они отвечали требованиям XXI века, как сегодня меняется пространство города, почему представление о том, что мир управляем, мешает правильному выстраиванию международной политики, как, не искажая факты, конвертировать историю, представления о прошлом в те формы, которые могли бы закрепиться в общественном сознании, и др [7].

Постепенно в ходе своего развития наука оформилась в общественный институт. Возникли такие понятия, как «академическая репутация», «научное сообщество». В XX веке наука начинает всё больше контролироваться государством, в результате чего была создана система оценки, позволяющая измерить эффективность работы университетов, вклад, который сделал конкретный учёный в науку: рейтинги, индекс цитирования, количество публикаций в научных журналах. Это привело к ряду негативных последствий: подделка результатов экспериментов, уменьшение времени, которое учёный может потратить на исследование, сосредоточенность на формальных показателях, гонка университетов. Сегодня наука тесно связана с политикой и экономикой, а работа исследователя уже не воспринимается только как бескорыстное служение истине. В курсе «Социология академического мира» на портале «ПостНаука» раскрывается институциональная природа науки [8]. Интернет-журнал пропагандирует научное мировоззрение, однако не пытается превратить науку в культ, идеализировать её. Критическое мышление применяется и к анализу научной деятельности, некоторые материалы портала

посвящены проблемам, которые существуют сегодня в академической среде: научная миграция, развитие науки в регионах, платные публикации и др.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что концепт науки на портале «ПостНаука» раскрывается через следующие категории: 1) субъект науки; 2) объект науки; 3) методология исследования; 4) вклад науки в общественное развитие; 5) наука как социальный институт. Интернет-журнал пытается показать, что наука — это не некая недостижимая, идеальная сфера, она создаётся конкретными людьми. Портал также расширяет само понятие «наука», демонстрирует, что в него входят уже не только классические физика, химия, биология, математика, но и большое количество новых дисциплин. Транслируется идея о пользе научных исследований для общества, о преобразующей функции науки. В материалах «ПостНауки» рассматривается, как меняется наука в процессе своей институционализации, какие проблемы существуют сегодня в академической среде.

Литература и источники

1. Большой энциклопедический словарь. Режим доступа: <https://www.vedu.ru/bigencdic/41598/>

2. Денисова, Д.А. Научные коммуникации: история в России и мире [Электронный ресурс] / Д.А. Денисова // Связи с общественностью в государственных структурах. — 2019. — №4. — Режим доступа: <http://conference.image-media.ru/istoriyanauchnyhkommunikatsiy/>

3. Концептосфера русского языка // Русская словесность: от теории словесности к структуре текста: антол. / Ин-т народов России [и др.]; под общ. ред. В. П. Нерознака. — М., 1997. — С. 280–287.

4. Массимиано Букки, Тренч Брайан. Пособие по общественным связям в науке и технологиях / Букки Массимиано, Брайан Тренч. — М.: Альпина нон-фикшн, 2018. 352 с.

5. Генетические механизмы болезни Альцгеймера. Режим доступа: <https://postnauka.ru/video/154695>.

6. Польза от науки: мнение россиян. Режим доступа: <https://vsenauka.ru/infoteka/infografika/polza-ot-nauki-mnenie-rossiyan.html>

7. Зачем нужны социальные науки? Режим доступа: <https://postnauka.ru/courses/154509>

8. Социология академического мира. Режим доступа: <https://postnauka.ru/courses/87602>

Научный руководитель – д-р филол. наук., проф. Налегач Н.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81

САТИРИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ МЕМОВ В ПРОГРАММЕ ТИГРАНА КЕОСАЯНА «МЕЖДУНАРОДНАЯ ПИЛОРАМА».

Шишкина Н.Е.

missis.natali99@yandex.ru

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

В данной статье предпринимается попытка выявить сатирический потенциал интернет-мемов в программе Т. Кеосаяна «Международная пилорама». Интернет-мемы используются в телевизионном дискурсе, подвергаясь определенной трансформации. При этом они не теряют свой юмористический потенциал и могут использоваться как средство создания сатиры. Более того, как можно наблюдать на примере использования интернет-мемов в программе Т. Кеосаяна «Международная пилорама», мем позволяет привлечь аудиторию, а также служит средством интимизации. Таким образом, можно говорить о продуктивности интернет-мемов как средства коммуникации на телевидении.

Ключевые слова: сатира, интернет-мемы, мемы, телепрограмма, «Международная пилорама», Кеосаян.

SATIRICAL POTENTIAL OF MEMES IN TIGRAN KEOSAYAN'S PROGRAM «INTERNATIONAL SAWMILL»

Shishkina N.E.

Kemerovo State University

This article attempts to identify the satirical potential of Internet memes in T. Keosayan's «International sawmill» program. Internet memes are used in television discourse, undergoing a certain transformation. At the same time, they do not lose their humorous potential and can be used as a means of creating satire. Moreover, as can be seen in the example of using Internet memes in T. Keosayan's program «International sawmill», the meme allows you to attract an audience, and also serves as a means of intimatization. Thus, we can talk about the productivity of Internet memes as a means of communication on television.

Key words: satire, Internet memes, memes, TV program, «International sawmill», Keosayan.

Интернет-мемы становятся предметом научного осмысления: изучаются причины появления и популярности этого феномена, поднимается вопрос о функционировании мемов. Так, Ю. В. Щурина ставит проблему функционирования интернет-мемов за пределами интернет-пространства [1]. Выход интернет-мемов за пределы интернет-пространства наблюдается в телевизионной программе Тиграна Кеосаяна «Международная пилорама», а также в других сми. Журналисты активно используют интернет-мемы, а также пытаются их осмыслить [2,3]. Мы предполагаем, что мемы как продукт юмористического характера может использоваться, в первую очередь, в авторских программах, возможно, как средство сатирического осмеяния. **Цель настоящего исследования** - выявить и изучить сатирический потенциал мемов в программе Тиграна Кеосаяна «Международная пилорама». **Предметом исследования являются** мемы в программе Тиграна Кеосаяна «Международная пилорама». **Объектом** - политическая сатира в мемах в программе Тиграна Кеосаяна «Международная пилорама». **Материалом исследования** являются выпуски программы Тиграна Кеосаяна «Международная пилорама» за период с 20 января 2018 года по 31 декабря 2018 года.

Понятие «мем» (англ. meme) было введено Р. Докинзом в 1976 году: «Мим-идею» можно определить как некую единицу, способную передаваться от одного мозга другому» [4]. Наибольшей популярностью пользуется разновидность мемов, которая появилась в интернет-пространстве и активно распространяется в этой среде. Она получила соответствующее название – интернет-мемы. Носителями современной культуры интернет-мем понимается «как некоторая информация в виде изображения или фразы, вирусно распространяемая в интернет-среде разнообразными способами от пользователя к пользователю» [5].

Стоит отметить, что особенностью интернет-мемов является относительная локализованность. Как правило, интернет-мемы рассчитаны на аудиторию с определенным запасом знаний об отражаемом в них предмете. Если таковой отсутствует, значит, есть вероятность, что комический эффект не будет достигнут при первом знакомстве аудитории с феноменом.

Интернет-мемы имеют продуктивные для распространения формы. Основываясь на формальных различиях, Ю. В. Щурина выделила следующие виды интернет-мемов: текстовый мем, мем-картинка, видеомем (медиамем [6]), креолизованный мем [5]. В другом исследовании Ю. В. Щурина выделяет еще одну разновидность интернет-мемов – гиф [6].

В программе Т. Кеосаяна «Международная пилорама» наиболее часто используются текстовые и креолизованные мемы.

Текстовый мем представляет собой словосочетание или фразу. Как правило, это высказывания знаменитостей, политических деятелей, интернет-пользователей, героев произведений искусства или массовой культуры. В программе «Международная пилорама» используются известные высказывания политических деятелей и журналистов.

Креолизованный мем – разновидность текстов, «фактура которых состоит из двух негомогенных частей (вербальной языковой (речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык))» [7]. Как правило, вербальная часть креолизованного мема является надписью или подписью, а невербальная - рисунком, фотографией, таблицей. Они могут встречаться в разных комбинациях. Примечательно, что для достижения комизма необходимо соблюдение условия узнаваемости соответствующих прецедентных феноменов.

В программе Т. Кеосаяна «Международная пилорама» используются креолизованные интернет-мемы. Одним из частотных прецедентных феноменов этого вида стала серия интернет-мемов об Александре Петрове и Руслане Боширове. В интернет-пространстве они стали распространяться после интервью героев с главным редактором RT Маргаритой Симоньян. А. Петров и Р. Боширов пытались опровергнуть свою причастность к «Делу об отравлении Скрипалей». По мнению интернет-пользователей, попытка была неудачной, вследствие чего уже на следующий день после выхода интервью в эфир стали распространяться комичные отзывы, в том числе в виде креолизованных мемов. В выпуске от 15.09.2018 года «Международная пилорама» сделала подборку таких интернет-мемов в рубрике «РоскомБазар». Некоторые примеры из них (рис. 1-2).

Судя по диалогу на рис. 1, здесь высмеивается искусственность интервью RT: А. Петров и Р. Боширов отвечают на вопрос М. Симоньян фразой, принятой для согласия в подразделениях исполнительной власти России. На другом рисунке обыгрывается кадр из кинофильма «Брат 2» А. Балабанова, на котором герой Виктор Багров совершает поездку в Америку. По сюжету фильма, Виктор попадает в похожую ситуацию: он приехал в другую страну как турист, но его неожиданно приняли за опасного киллера. В данном случае



В Великобритании обрушилась стена средневекового замка



Рис. 1

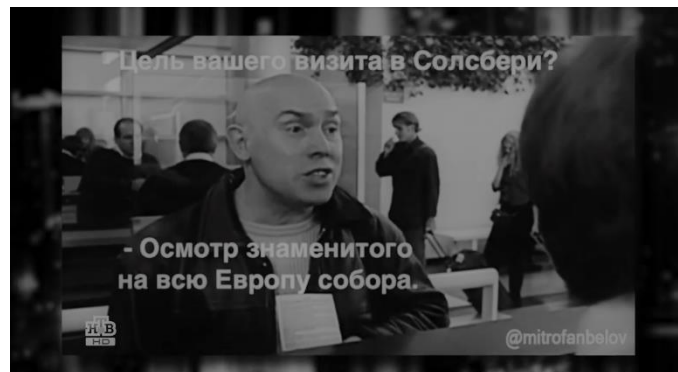


Рис. 2

высмеивается реакция политиков Великобритании, решивших, что А. Петров и Р. Боширов не туристы, а сотрудники ГРУ.

Наличие рубрики «РосКомБазар» в программе говорит о том, что «Международная пилорама» следит за общественным мнением, ориентируется на аудиторию, а также дает ей высказаться таким способом. Следовательно, можно говорить о том, что телепередача стремится к наиболее продуктивному диалогу со зрителем.

Посмотрим как интернет-мемы об интервью с А. Петровым и Р. Бошировым обыгрывались в программе Т. Кеосаяна в дальнейших выпусках.

В выпуске от 27.10.2018 года ведущий комментирует международную реакцию на жестокое убийство оппозиционного журналиста Джамалия Хашукджи сотрудниками спецслужбы Саудовской Аравии: «Ну еще бы! Убить журналиста – это вам не шпилями любоваться». В данном случае наблюдается отсылка к интернет-мемам об А. Петрове и Р. Боширове, в которых высмеивается неправдоподобная, по мнению интернет-пользователей, цель поездки в Солсбери: посещение собора и осмотр его шпиля (рис. 4).

Т. Кеосаян обращает внимание на абсурдность разницы между реакциями на следующие события международного уровня: жестокое убийство журналиста и поездку туристов в Солсбери. Первое не вызвало большого резонанса в обществе, в отличие от второго, которое закончилось международным скандалом. Таким образом Т. Кеосаян высмеивает приоритеты мировых политических деятелей, вследствие чего наблюдается попытка их дискредитации.

В данном примере можно также заметить кодирование информации, что говорит о попытке создателей программы придти к коммуникации с аудиторией благодаря интимизации.

В выпуске от 29.12.2018 года в рубрике «Настучали» демонстрируется «секретная» переписка персоналий из сферы политики. В одном из чатов завязывается следующий диалог, причиной которого стало посещение Владимиром Путиным свадьбы главы МИД Австрии Карин Кнайсль:

Макрон: Вот разведусь со своей мымрой – тоже приглашу Путина на новую свадьбу!

Трамп: Он на такую свадьбу не поедет?

Боширов и Петров: Поедет. Теперь поедет.

Мэй: Вы работаете в ГРУ?

Боширов: А вы работаете в ГРУ?

Мэй: Я – нет. А вы?

Петров: И я – нет.

Боширов: И я – нет.

Мэй: Тьфу, опять вывернулись.

Вторая часть приведенного диалога отсылает к интернет-мему, основывающимся на диалоге Маргариты Симоньян с А. Петровым и Б. Бошировым. В интернет-пространстве он выглядит следующим образом (рис. 5).

Этот диалог, по мнению интернет-пользователей, получился комичным, поэтому он не подвергался корректировке. В приведенном примере вместо лиц А. Петрова и Р. Боширова используются головы персонажей из мультсериала «КотоПес», так как они являются метафоричным указанием на глупость. Следовательно, данный интернет-мем высмеивает героев интервью М. Симоньян и направлен на их дискредитацию.

В передаче Т. Кеосаяна он используется для высмеивания словесных заявлений мужчин об отсутствии связи с ГРУ, которой будто бы достаточно для убеждения, в том числе и член Палаты общин Великобритании. Т. Мэй в данном случае представлена как доверчивая и легкомысленная личность.

Можно видеть, что в данном примере создатели программы также предпринимают попытку сблизиться с аудиторией за счет использования интернет-мемов. С точки зрения формы распространения интернет-мема в телепередаче наблюдается трансформация



креолизованных мемов в текстовые мемы, так как здесь они используются без визуальной составляющей.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что интернет-мемы используются в программе не просто с юмористической целью. Прецедентные феномены направлены на дискредитацию зарубежных политических деятелей или подразделений государственной исполнительной власти, следовательно, они становятся средством сатирического осмеяния. Так как интернет-мемы – наиболее популярный формат распространения информации в интернет-пространстве, можно сделать вывод о том, что они используются для привлечения аудитории. Обыгранные в нужном Т. Кеосаяну ключе, интернет-мемы производят на аудиторию впечатление чего-то хорошо знакомого, что снижает уровень критичности по отношению к транслируемым в «Международной пилораме» мнениям.

Литература и источники

1. Щурина Ю. В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации / Ю.В. Щурина // Научный диалог. Филология. – 2012. – № 3. – С. 160-172.
2. Корягин, В. Первый в новейшей истории мем федерального значения [Электронный ресурс] / В. Корягин // Газета.ru. – 2014 – 7 мая. – Режим доступа: www.gazeta.ru/science/2014/05/07_a_6020477.shtml
3. Кронгауз, М., Кудлача, Я. Мемы в интернете: опыт деконструкции [Электронный ресурс] / М. Кронгауз, Я. Кудлача // Наука и жизнь. – 2012. – №11. – Режим доступа: <https://m.nkj.ru/archive/articles/21327/>
4. Докинз Р. Эгоистичный ген / Р. Докинз // М: Мир. – 1993. – С. 189.
5. Аршинская Н. А. Интернет-мемы в коммуникативном пространстве: функции / Н.А. Аршинская // Национальная ассоциация ученых. – 2015. – № 6-3. – С. 49-52.
6. Щурина Ю. В. Интернет-мемы: проблема типологии / Ю.В. Щурина // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2014. – № 6. – С. 85-89.
7. Сорокин Ю. А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция / Ю. А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия. – Москва : Наука, 1990. – С. 180–181.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Синегубова К.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81'42

МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ МЕДИАКАРТИНЫ МИРА В АМЕРИКАНСКОЙ ПРЕССЕ (ПО МАТЕРИАЛАМ ИЗДАНИЯ *THE NEW YORK TIMES*)

Бондаренко А. И.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

purpur.mist@yandex.ru

Аннотация. В статье затрагивается проблема конструирования медиакартины мира в массмедийном дискурсе. На материале новостных публикаций американского качественного издания *The New York Times* автор показывает, как проведение редакционной политики в отношении формирования новостного контента влияет на восприятие читателем мировых событий. Формирование редакцией издательства повестки дня, а также прием фрейминга способствуют реализации механизмов воздействия на аудиторию и конструирования определенной, заданной медиакартины мира в сознании адресата. Основным методом исследования стала количественная выборка статей, опубликованных *The New York Times* и посвященных главному событию мирового масштаба –

110

распространению вирусной инфекции COVID-19. Кроме того, для достижения цели использованы элементы дискурс-анализа новых медиа.

Ключевые слова: коронавирус, формирование повестки дня, фрейминг, медиакартина мира, «Нью Йорк Таймс», аудитория.

MECHANISMS OF THE MEDIA WORLDVIEW FORMATION IN THE AMERICAN PRESS

(CASE STUDY OF *THE NEW YORK TIMES*)

Bondarenko A. I.

Kemerovo State University

Abstract. The article deals with the problem of constructing a media picture of the world in mass media discourse. Conducting the analysis of the news publications of the American quality edition *The New York Times*, the author shows how the implementation of editorial policy in relation to the formation of news content affects the reader's perception of world events. The formation of the publishing house's editorial agenda, as well as the use of framing, contribute to the implementation of mechanisms for influencing the audience and constructing a certain, given media picture of the world in the recipient's mind. The main method of research was a quantitative sample of articles published by *The New York Times* and dedicated to the main event of the world scale – the spread of the COVID-19 virus infection. In addition, elements of discourse analysis of new media were used to achieve the goal of the research.

Key words: coronavirus, agenda-setting, framing the media worldview, *The New York Times*, the audience.

Самым резонансным событием конца 2019 – начала 2020 года стало глобальное распространение новой коронавирусной инфекции COVID-19. Наряду с увеличением числа зараженных стран, наблюдается рост уровня паники населения. Тема распространения COVID-19 и угроза пандемии становятся самыми упоминаемыми в средствах массовой информации. Российские электронные СМИ каждый день публикуют сводку числа заболевших и советуют оставаться дома. Пользователи социальных сетей «Instagram» и «ВКонтакте» бурно обсуждают ситуацию не только в России, но и за ее пределами. Для того, чтобы увидеть ситуацию «на изломе» и то, как конструируется медиакартина мира в сознании читателя, мы обратились к анализу материалов электронной версии периодического издания *The New York Times*, опубликованных в период с января по март 2020 года. Выбор данного промежутка времени обусловлен резким изменением ситуации, связанной с распространением инфекции COVID-19, в мире и, как следствие, в информационном поле.

Цель исследования предполагает изучение реализации американскими медиа концепта формирования информационной повестки и такого явления, как «фрейминг».

Сегодня средства массовой информации становятся мощным инструментом контроля информационных потоков, воздействия на общественное мнение и сознание, формируя так называемую «повестку дня». Данным термином в современной журналистике принято обозначать сводку актуальных новостей. Повестка дня формирует отношение массы читателей к событиям, происходящим в мире путем обозначения одних явлений более значимыми, а других – менее, создавая определенный образ действительности в восприятии массы [1]. Теория установления повестки дня зародилась в 1960-е годы, однако более точно определить роль СМИ в формировании общественного сознания эмпирическим путем удалось М. МакКомбсу и Д. Шоу. На основании социологического исследования, проведенного ими в штате Северная Каролина, ученые пришли к следующему выводу: именно средства массовой информации диктуют значимость тех или иных событий и формируют повестку дня, освещая явления с разной степенью частотности [2].

Процесс подачи материала средствами массовой информации более понятным для аудитории способом в современных медиаисследованиях получил название фрейминга. Нередко СМИ прибегают к упрощению сути описываемых событий, выборке фактов и собственной оценке, тем самым давая не вполне объективную интерпретацию. Предполагается воздействие на аудиторию не столько частотностью упоминания событий, сколько использованием определенных лингвистических и смысловых конструкций при ее преподнесении [3; 4]. При изучении издания нами использовался метод подсчета общего количества материалов на заданную тему. В поисковую строку интернет-браузера вводилось ключевое слово «coronavirus» и отбирались публикации в период с 1 января по 1 марта 2020 года включительно для того, чтобы определить степень влияния мировой информационной повестки на отдельное издание, а также проследить динамику формирования контента и основные принципы этого формирования в аспекте восприятия новостей читателем. Для анализа конкретных публикаций применялся метод случайной выборки журналистских материалов, нацеленный на аппроксимацию к действиям среднестатистического читателя, который бегло пролистывает сводку новостей, зачастую «выхватывая» только заголовки текстов, не вдаваясь в подробности. В итоге было установлено, что за указанный период времени в издании *The New York Times* тема коронавирусной инфекции упомянута в общей сложности 835 раз: с 1 января по 1 февраля – 179 статей, с 2 февраля по 1 марта – 656 материалов.

Нужно отметить, что в начале данного периода редакция газеты достаточно редко упоминала тему коронавирусной инфекции. Первая публикация этого года вышла 8 января под заголовком «China Identifies New Virus Causing Pneumonialike Illness» (В Китае выявлен новый вирус, вызывающий пневмониальную болезнь) [5]. Причем вводная часть статьи (лид) освещает событие следующим образом: «The new coronavirus doesn't appear to be readily spread by humans, but researchers caution that more study is needed» (Новый коронавирус практически не распространяется между людьми, но учёные предупреждают, что необходимы дополнительные исследования) [5]. В данном случае наблюдается использование латентных методов формирования мнения читателя.

Говоря об отсутствии доказательств по поводу большой скорости распространения вируса, его неизлечимости и, как следствие, опасности для населения в целом, журналисты «усыпляют бдительность» реципиента. Однако уже 10 января 2020 года на сайте *The New York Times* появляется новость о первой смерти в Китае. Однако доказательств о быстром распространении болезни и опасности не приводится. Упоминается тот факт, что ситуация «насторожила регион» (has put the region on alert). Первые опасения по случаю распространения вируса появляются 15 января 2020 года, когда становится известно о первых пациентах за пределами Китайской Народной Республики (Япония, Тайланд).

Тем не менее СМИ держат общественное мнение под контролем, осуществляя особую выборку мнений, высказываемых экспертами. Так, доктор Пейрис (Dr. Peiris) из Гонконгского университета комментирует: «There's no need to panic but I think there needs to be an urgency to address these questions» (Эти вопросы однозначно нужно решить, но не нужно паниковать) [6]; профессор инфекционных заболеваний Гонконгского университета доктор Гуан (Dr. Guan) говорит: «If there are no cases in next few days, the outbreak is over» (Если в ближайшие дни новых случаев заболевания не появится, вспышка закончится) [6]. Первый подтвержденный диагноз появляется на территории США 21 января 2020 года, в этот же день *The New York Times* публикует материал «The Coronavirus: What Scientists Have Learned So Far» (Коронавирус: что известно ученым к настоящему времени), в котором присутствует комментарий Кларенса Тэма (Clarence Tam), доцента кафедры инфекционных заболеваний в Школе общественного здравоохранения при Национальном университете Сингапура: «We've learned some things of this new virus for the past couple of weeks that make it seem unlikely that containment will

be a strategy that will completely stop this virus» (За последние несколько дней мы узнали то, что останавливает распространение вируса – ограничение) [7].

Глобальные ограничения, действовавшие на тот момент в Китае (всеобщий карантин и режим полной изоляции), по мнению К. Тэма, способны остановить распространение вируса и уничтожить его. Конструирование медиакартины мира редакцией *The New York Times* проявляется также на уровне композиционного построения текста и подзаголовков. Большинство новостных материалов открываются информацией о том, насколько опасен коронавирус и какие симптомы характерны для заболевания. Вопрос о том, не поздно ли остановить распространение вируса, как правило, формулируется журналистами в конце статьи. На него читатель в основном получает сдержанный ответ с позитивной перспективной оценкой ситуации.

Со второй половины января повестка дня газеты *The New York Times* практически полностью посвящена единственной актуальной для всего мира проблеме – угроза пандемии инфекции COVID-19. Отметим, что большая часть медиатекстов содержат информацию о ситуации в мире. В целом публикации отражают развитие событий, базовые правила и нормы для защиты себя и окружающих от инфекции. Знаковыми являются тексты «Let's Not Shake Hands» (Давайте не будем пожимать друг другу руки) от 10 февраля 2020 года и «Trump's Coronavirus Strategy: 'Stay Clean', Wash Hands and Avoid Friends» (Коронавирусная стратегия Трампа: «Оставайся чист», мой руки, избегай друзей) от 26 февраля 2020 года [8; 9]. Авторы текстов используют в качестве информационных поводов реплики глав стран: Си Цзиньпина (Китай) и Дональда Трампа (США). Отсылка к действиям политических лидеров также формирует мнение читателей и их отношение к происходящим в мире событиям.

Таким образом, анализ динамики формирования повестки дня американским изданием *The New York Times* на примере освещения темы распространения коронавирусной инфекции COVID-19, позволяет сделать вывод о том, что газета формирует медиакартину мира в сознании адресата через комплекс соответствующих средств. Механизмы воздействия включают два распространенных способа: формирование повестки дня (определенная тема прочно обосновывается в сознании читателей) и явление фрейминга (автор текста воздействует на аудиторию в определенном направлении, в случае с темой коронавируса это сглаживание, сокрытие остроты проблемы). Первый способ эксплицируется в постепенном включении данной темы в повестку дня в связи с ростом опасности пандемии COVID-19, второй – в использовании *The New York Times* следующих приемов: фокусировании внимания на отдельных аспектах, композиционном своеобразии, обращении к мнению экспертов: от профессоров известных вузов до глав государств, дающих уверенные позитивные прогнозы.

В заключение отметим, что более глубокий, пошаговый анализ реализации механизмов влияния *The New York Times* на аудиторию через формирование медиакартины мира – в перспективе исследования. Для того, чтобы полностью проанализировать влияние СМИ на аудиторию, необходимо дополнительно провести исследование по изучению сформированного мнения аудитории.

Литература и источники

1. Липпман, У. Общественное мнение / У. Липпман / Пер. с англ. Т. В. Барчуновой; Редакторы перевода К. А. Левинсон, К. В. Петренко. – М. : Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.
2. McCombs, M. E., Shaw, D. L. The agenda-setting function of mass media // *Public Opinion Quarterly*, 1972. – Vol. 36. – P. 176–185.
3. Entman, R. M. Framing: Towards clarification of a fractured paradigm // *Journal of Communication*, 1993. – Vol. 43. – P. 51–58.

4. Scheufele, D. A. Framing as a theory of media effects // Journal of Communication, 1999. – Vol. 49. – P.101–120.
5. Wee, S.-L. China Identifies New Virus Causing Pneumonialike Illness [Electronic resource] / S.-L. Wee, D. G. Jr, McNeil // The New York Times. January 8, 2020. – URL: <https://www.nytimes.com/2020/01/08/health/china-pneumonia-outbreak-virus.html?searchResultPosition=1> (Accessed: 10.03.2020).
6. Wee, S.-L. Japan and Thailand Confirm New Cases of Chinese Coronavirus [Electronic resource] / S.-L. Wee // The New York Times. January 15, 2020. – URL: <https://www.nytimes.com/2020/01/15/world/asia/coronavirus-japan-china.html?searchResultPosition=3> (Accessed: 10.03.2020).
7. Sheikh, K. The Coronavirus: What Scientists Have Learned So Far [Electronic resource] / K. Sheikh, R. C. Rabin // The New York Times. March 21, 2020. – URL: <https://www.nytimes.com/article/what-is-coronavirus.html?searchResultPosition=11> (Accessed: 10.03.2020).
8. Myers, S. L. ‘Let’s Not Shake Hands’: Xi Jinping Tours Beijing Amid Coronavirus Crisis [Electronic resource] / S. L. Myers // The New York Times. February 10, 2020. – URL: <https://www.nytimes.com/2020/02/10/world/asia/xi-jinping-coronavirus.html?searchResultPosition=2> (Accessed: 10.03.2020).
9. Rogers, K. Trump’s Coronavirus Strategy: ‘Stay Clean’, Wash Hands and Avoid Friends [Electronic resource] / K. Rogers // The New York Times. February 26, 2020. – URL: <https://www.nytimes.com/2020/02/26/us/politics/trump-coronavirus-strategy.html?searchResultPosition=14> (Accessed: 10.03.2020).

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Савельева И. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 811.111

**ФУНКЦИОНАЛЬНО-ПРАГМАТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА
ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЙ В ДИСКУРСЕ СОВРЕМЕННОЙ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ
КАЧЕСТВЕННОЙ И ТАБЛОИДНОЙ ПРЕССЫ**

Бондаренко Н.В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

bn17.bond@yandex.ru

Аннотация. В работе исследованы основные понятия, принципы изучения и классификации, коррелируемые с тематикой доклада, а именно с цветообозначением. Определение функциональных и прагматических характеристик компонентов цветообозначения в дискурсе современной качественной и таблоидной прессы является основной целью исследования. Качественной прессой принято называть издания, ориентированные на интеллектуальную часть общества. Для таблоидной прессы синонимами могут служить такие определения как «жёлтая», «бульварная». Практическим материалом послужили англоязычные статьи в 4 тематических рубриках: «политика», «экономика», «спорт» и «развлечения». Б. Берлин и П. Кей установили, что существует определенная закономерность, с которой цветовые единицы входят в состав лексики языка. Отобранные единицы дали нам достаточное количество информации для изучения, анализа и формирования выводов, одним из которых является тот факт, что сегодня цветоименования все чаще встречаются в языке современной прессы и имеют при этом особый прагматический потенциал.

Ключевые слова: цветонаименование, цветообозначение, цвет, качественная пресса, таблоидная пресса, медиадискурс, СМИ

FUNCTIONAL AND PRAGMATIC CHARACTERISTICS OF COLOUR DESIGNATIONS IN THE DISCOURSE OF THE MODERN ENGLISH-LANGUAGE QUALITY AND TABLOID PRESS

Bondarenko N.V.

Kemerovo State University

Annotation. The work explores the basic concepts, principles of study and classifications correlated with the subject of the report, namely colour designation. The determination of the functional and pragmatic characteristics of the colour identification components in the discourse of modern high-quality and tabloid press is the main goal of the study. High-quality press is usually called publications focused on the intellectual part of society. For the tabloid press, such definitions as “yellow”, “gutter” can serve as synonyms. Practical material was English-language articles in 4 thematic sections: “politics”, “economics”, “sports” and “entertainment”. B. Berlin and P. Kay found that there is a certain pattern with which colour units are part of the vocabulary of a language. The selected units gave us enough information to study, analyze and draw conclusions, one of which is the fact that today colour names are increasingly found in the language of the modern press and have a special pragmatic potential.

Key words: colour designation, colour nomination, colour, quality press, tabloid press, media discourse.

Данная работа нацелена на изучение функциональных и прагматических особенностей языка статей современных англоязычных качественных и таблоидных медиа, содержащих в своем тексте цветообозначения. Актуальность данного исследования обусловлена ежедневно растущим интересом ученых к вопросам современного языка СМИ и недостаточной изученностью этой научной области.

Недавние исследования показали, что на современном этапе развития СМИ в Великобритании существует более 7 тысяч качественных и таблоидных изданий, ориентированных на все социальные группы. Качественная пресса нацелена на высокообразованного, придирчивого читателя [1], её часто называют «прессой мнений для интеллектуальной части общества» [2]. К основным характеристикам таких изданий относятся: достоверность публикуемой информации, преобладание аналитических жанров, контроль за надежностью фактов и многое другое. К таким изданиям относятся: “The Daily Telegraph”, “The Guardian”, “The Independent”, “The Times” и др.

Таблоидная (массовая, популярная) пресса ориентирована на менее узкий круг читателей, по этой причине её характеризуют: бóльшие тиражи, неограниченность тематических вариантов, доминирование информационных и развлекательных жанров и т.д.

Исследователи в области вариантологии утверждают, что на сегодняшний день английский язык превратился из монопольного в полицентричную единицу. Существующие во всем мире региональные варианты паритетно определяются собственными лингвистическими характеристиками, выделяющими один вариант среди остальных [3]. Основываясь на этом тезисе, в качестве материала для исследования нами были выбраны электронные версии следующих изданий:

- качественные (“The Times” (Великобритания), “The New York Times” (США), “The Guardian” (Великобритания), “The Telegraph” (Великобритания), “Financial Times” (Великобритания), “The Wall Street Journal” (США));
- таблоидные (“The News of the World” (Великобритания), “The Sun Daily Mail” (Великобритания), “The Mirror” (Великобритания), “The Onion” (США), “Frank” (Канада), “The Phoenix” (Ирландия)).

В ходе изучения и подбора материала в рамках анализируемого нами медиадискурса были выбраны 4 основные тематические категории, среди которых и будет проводиться исследование цветообозначений: «политика», «экономика», «спорт» и «развлечения».

Б. Берлин и П. Кей определили закономерность, с которой единицы цветоименований входят в лексический состав языка. Полагаясь на эти сведения, можно выделить следующую последовательность вхождения цветовых единиц в язык: black, white, red, green, yellow, blue, brown, purple, pink, orange, grey [4].

Найденные нами единицы в большей части принадлежат статьям из политической и экономической категорий, например:

- The Russian economy contracted 3.7 percent in 2015 and the recession has continued this year under the combined blow of low oil prices and Western sanctions. Putin noted that inflation, which stood at nearly 13 percent last year, is expected to slow down to 6 percent this year. He said the government should encourage growth by cutting red tape and creating a more favorable business environment [5]. Элемент *red* в данном отрывке является аллюзией на события революционного характера, о чем приводится информации далее: Putin drew attention to the approaching centennial of Russia's 1917 revolution as a reminder of the need to secure national unity and accord [5].

- But one thing about it that really gets my goat is the constant carping by corporate and political America over how disgracefully US business, and particularly its tech giants, get treated when operating in Europe. This is not to argue that spite doesn't play a part in the European approach, even if it is hard to think of any other major economic region outside the US as open to these digital goliaths as Europe. Yet the American complaint is also a classic case of the pot calling the kettle black [6]. Фразеологическая единица *pot calling the kettle black* использована автором с целью афиширования неадекватности жалоб компании "Apple" на действие Европейской Комиссии. Использование данной языковой единицы благотворно влияет на достижение автором дипломатического отношения к проблеме, так как данная единица ссылается на вовлеченность корпорации в осуществление некорректных предприятий. Компонент *black* при этом символизирует малопорядочность.

Кроме того, нами были исследованы рубрики «развлечения» и «спорт», где были также обнаружены примеры употребления цветоименований, такие как: "to play peek-a-Blue" – игра слов, основанная на сходности фонем имени Blue и звука "boo", "to think pink" — это словосочетание представляет собой отрывок лозунга "To Think Pink for Breast Cancer". Оно не имеет полного эквивалента в русском языке, приближенный перевод - «задуматься над риском рака груди» [7].

2. Все выявленные единицы дали нам основу для понимания, что тема цветообозначения в языке (в частности, в языке СМИ) является актуальной и требующей изучения. Медиадискурс играет одну из важнейших ролей в формировании народного сознания и видения картины мира, по этой причине мы продолжаем исследовать единицы цветоименований, особое внимание уделяя тематикам «политика» и «экономика», как наиболее популярным и социально значимым.

Литература и источники

1. Лозовский Б.Н. Журналистика: краткий словарь [Текст] / Б.Н. Лозовский. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2004. – 116 с.
2. Грабельников А.А. Работа журналиста в прессе: учеб. пособие [Текст] / А.А. Грабельников. – М.: РИП-холдинг, 2001. – 274 с.
3. Davies D.R. World Englishes and descriptive grammars [Текст] / D.R. Davies // The Handbook of World Englishes. Ed. by B. Kachru, Y. Kachru and C. Nelson. – Oxford, U.K., Carlton, Victoria, Australia: Blackwell Publ., 2006. – P. 130-134.
4. Berlin B., Kay P. Basic Color Terms: Their Universality and Evolution // University of California Press. – 1991. – P. 16-23.

5. Daily Mail [Электронный ресурс] // Daily Mail – 2020 – URL : <http://www.dailymail.co.uk> (Дата обращения 15.12.2020).
6. The Daily Telegraph [Электронный ресурс] – URL: <http://www.telegraph.co.uk> (дата обращения 19.03.2020).
7. New York Post [Электронный ресурс] // New York Post - 2019 - URL: <https://nypost.com> (Дата обращения: 21.03.2019).
8. АКАДЕМИК [Электронный ресурс]. Россия, 2000-2018. <http://dic.academic.ru>. (Дата обращения: 24.02.2020).
9. IC – IdiomCenter [Электронный ресурс]. Россия, 2004-2006. URL: <http://www.idiomcenter.com>. (Дата обращения: 31.01.2020).

Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Ермолаева Е.Н., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

811.161.1'42

САНКЦИИ КАК КЛЮЧЕВОЕ СЛОВО РОССИЙСКОГО МЕДИАДИСКУРСА

Баумтрок И.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

baumtrok.inna@mail.ru

Актуальность исследования санкций обусловлена как экстралингвистическими, так и собственно лингвистическими факторами. Осложнение политических и экономических отношений с западными странами (США, Великобританией) и странами ЕС стали объектом особого внимания в российском медиадискурсе, в результате лексема *санкции* вышла за границы «родного» для нее юридического дискурса и стала ключевым словом текущего момента. В статье рассматривается значение лексемы *санкции* в юридическом словаре и специфика функционирования названной лексемы в медиадискурсе 2014-2020 гг. анализируются дефиниции лексемы, представленные в масс-медиа, ее контекстное окружение, оценки и метафоры.

Ключевые слова: медиадискурс, масс-медиа, ключевое слово, языковая репрезентация, санкции.

SANCTIONS AS A KEY WORD OF THE RUSSIAN MEDIA DISCOURSE

Baumtrok I.A.

Kemerovo State University

baumtrok.inna@mail.ru

The relevance of the study of sanctions is due to both extralinguistic and linguistic factors proper. The complication of political and economic relations with Western countries (the USA, Great Britain) and the EU countries became the object of special attention in the Russian media discourse, as a result of the sanction token went beyond the borders of its native legal discourse and became the key word of the moment. The article discusses the meaning of the sanction token in the legal dictionary and the specifics of the functioning of the token in the media discourse 2014-2020. the definitions of the lexeme presented in the media, its contextual environment, ratings and metaphors are analyzed.

Key words: media discourse, mass media, keyword, language representation, sanctions.

Набор ментальных и речевых стереотипов формируется под влиянием деятельности СМИ, в текстах которых формируется «банк» современных ключевых слов для того или иного общества, страны в целом. Лингвистические параметры ключевых слов заключаются в частотности, расширении грамматического, синтагматического и парадигматического потенциала слова, активизации в качестве объекта языковой игры и языковой рефлексии. З. Е. Фомина для обозначения данного языкового феномена использует термин «слова-хронофакты», т. е. слова, характерные для конкретного исторического контекста, определяющие конкретный факт (явление, событие, понятие). М. Эдельман в работе «Символическое использование политики» пишет о том, что коммуникативная функция ключевых слов связана не с передачей информации, а с вербальным воздействием на сознание реципиента. Для анализа состава и особенностей функционирования ключевых слов в современном коммуникативном пространстве также используется термин

«дескриптор». Дескриптор – выраженная вербально лексическая единица, которая отражает содержание перелагаемого текста в наиболее сжатом виде [5].

Состав ключевых слов регулярно обновляется, происходит расширение их функциональных возможностей, при этом характеризующие слова осознаются как ключевые всеми участниками коммуникации. СМИ распространяет ключевые слова на широкую аудиторию, создавая и передавая необходимые смыслы, под действием медиатизации в медиaprостранство «втягиваются» термины из других институциональных дискурсов (в том числе и юридического), которые затем подвергаются различным трансформациям и в измененном виде влияют на язык в целом [см. 2; 3; 6 и др.]. Популярное или особо значимое слово в медиадискурсе может стать «узловой точкой» – ключевым словом. Поскольку медиадискурс состоит из зон пересечения с другими дискурсами, то ключевым словом может оказаться термин или словосочетание из лексики профессионального языка.

В настоящей статье обосновывается гипотеза о том, что термин «санкции» как сугубо юридический перестает существовать в чистом виде в сознании носителей языка. Российский медиадискурс способствует интеграции исследуемого термина в иные сферы жизнедеятельности человека, создавая доминирующие образы посредством метафор и иных способов концептуализации, а сам термин переходит в разряд ключевых слов для медиадискурса.

Выбор исследуемого термина обусловлен, во-первых, политическими событиями, происходящими в России и мире. В середине марта 2014 года, после того как Россия завершила присоединение Крыма, США и Евросоюз, Австралия, Новая Зеландия и Канада ввели в действие первый пакет санкций. Эти меры предусматривали замораживание активов и введение визовых ограничений для лиц, включённых в специальные списки, а также запрет компаниям стран, наложивших санкции, поддерживать деловые отношения с лицами и организациями, включёнными в списки. Помимо указанных ограничений, было также предпринято сворачивание контактов и сотрудничества с Россией и российскими организациями в различных сферах. Последующее расширение санкций (апрель-май) было связано с обострением ситуации на востоке Украины. Следующий виток санкций был связан с катастрофой Boeing 777 в Донецкой области. Во-вторых, предметом обсуждения в российских масс-медиа регулярно становятся политические проблемы, в том числе и введенные санкции. В связи с этими факторами слово **санкции** резко увеличивает свою частотность, приобретает дополнительные смысл и оценки, тем самым превращается в **ключевое слово** эпохи.

Цель исследования – выявление специфики ключевого слова **санкции** в дискурсе российских масс-медиа XXI века. Материалом исследования являются 500 текстов российских масс-медиа XXI века (2014-2020 гг.), извлеченные из газетного подкорпуса Национального корпуса русского языка «Архива СМИ» проекта «Медиалогия».

Рассмотрим значение термина «санкции» в юридическом словаре и в медиадискурсе.

В юридических словарях санкции (от лат., ед.ч. *sanctio* – строжайшее постановление) трактуются как «меры и решения, как правило, имеющие ограничительный характер». Термин имеет четыре основных значения: а) меры, применяемые к правонарушителю и влекущие для него определенные неблагоприятные последствия, б) структурная часть общей нормы права, указывающая на возможные меры воздействия на нарушителя данной нормы; в) постановление прокурора, разрешающее принудительные меры к лицу, подозреваемому в преступлении (заключение под стражу, обыск и др.); г) в международном праве – меры воздействия на государство, нарушившее нормы этого права, свои международные обязательства [1].

В российских масс-медиа также предлагаются определения и характеристики новой для политической обстановки страны реалии. Однако масс-медиа не определяют исследуемое явление так, как оно представлено в академических юридических словарях, репрезентируют основополагающие свойства, механизмы действия этого явления, а также прогнозируют последствия, акцентируют внимание на конкретных типах санкций: *В кодекс заложены*

такие санкции, как лишение права голоса на пленарном заседании (Известия, 2014); *По его словам, только осязательные санкции в виде ограничения на участие в уставном капитале компаний и в органах управления способны сдержать их от новых экономических преступлений* (РБК Дейли, 2014); *Более серьезные санкции – это заморозка или закрытие корсчета российского банка»* (РБК Дейли, 2014). Показательно и то, что санкции из области права переходят в область политики: *Санкции носят политический характер – это попытка надавить на Россию, сделать ее несамостоятельным государством, чтобы, испугавшись, она пошла в фарватере западных партнеров* (РИА Новости, 2014). При этом масс-медиа акцентируют внимание читателя не на реальных «рычагах» работы данного явления, а на возможном психологическом результате.

Представители масс-медиа наделяют санкции нетипичными для «сухого» юридического термина чертами, дают эмоциональные оценки и интерпретации, создают яркие образы: *Но одно дело – воинственные танцы с бубнами, и совсем другое – игра на настоящие деньги. Санкции – вещь обидная. Это как пощечина* (Известия, 2014); *Еще один отлично мобилизующий фактор – санкции, то есть внешняя опасность, вызов* («Эксперт», 2014); *Они дают понять, что объявленные санкции – всего лишь реверанс в сторону Вашингтонских бюрократов», – сказал эксперт* (Известия, 2014); *Пока здесь больше эмоций, чем логики (все-таки на Западе осознают, что санкции – обоюдоострое оружие), но желающих «застраховаться» это не останавливает* (Известия, 2014). Иногда при употреблении исследуемого понятия звучит острая насмешка, сарказм: *Люди думали, что санкции – это когда олигархам не разрешают посетить «Диснейленд»* (РБК Дейли, 2014).

Специфика употребления слова *санкции* в синонимическом ряду актуализирует «финансовую» составляющую этого явления: *Повлияли ли на вас санкции, скачки валютного курса?* (Эксперт, 2015); *Кризис и санкции дают возможность нам что-то исправить в нашей жизни* (Огонек, 2015); *Другими словами, снижение цены нефти и санкции снизили и потенциал российской экономики* (Эксперт, 2015); *И ничего не услышал про санкции, Крым и деофшоризацию – эти вопросы, которые беспокоят бизнесменов, чиновники на форуме не обсуждали* (РБК Дейли, 2014).

Санкции регулярно становятся в масс-медиа в один ряд с явлениями, имеющими явно негативную окраску: *Но от них мы слышим диктат и санкции* (Известия, 2014); *Поставленная между непростым выбором – поддержка русского восстания в Новороссии и тяжелые санкции или же попытки избежать «войны» (скорее всего, безуспешные) ценой «бесчестья» – Россия молчит, хмурится, маневрирует, пытается оттянуть и разрядить кризис* (Известия, 2014).

Также ключевое слово *санкции* концептуализируется в масс-медиа посредством когнитивных метафор.

1. **Морбиальная метафорическая модель.** Санкции представляются как целебное средство, способное оказать помощь Западу: *Важно также ввести профилактические санкции против России, – сказал Децица* (РИА Новости, 2014). Кроме того, санкции воспринимаются как болезненное явление: *Серьезные санкции окажутся взаимно болезненными. Поэтому они вряд ли возможны в силу взаимной зависимости США и России по целому ряду международных проблем* (Известия, 2014); *Тут нужно сказать две вещи: в определенном смысле альтернативой такому макиавеллизму российской дипломатии стали бы крайне болезненные санкции, направленные уже не на «наказание», а на подрыв всей экономики и сваливание в маккартизм внутри страны* (Известия, 2014). Большинство примеров отмечают негативное восприятие санкций, когда вводимые ограничения «болезненны», следовательно, осязательны для жизни населения.

2. **Милитарная метафорическая модель.** Санкции интерпретируются как враг на пути к гармоничному и поступательному развитию общества: *Санкции – угроза пресловутым Третьим пакетом – превратились для Запада в своеобразный неразменный рубль, на*

который у нас пытаются выкупить одну уступку за другой (Известия, 2014); Крупные отечественные компании опасаются, что **санкции США и ЕС сильно ударят по их бизнесу, но правительство уже обещает спасти их от margin call** (Известия, 2014). Именно поэтому естественной становится ответная реакция страха перед этим явлением: **Боязнь санкций и подорожавший евро – вот два фактора, задавшие тон туристическому сезону** («Эксперт», 2014).

3. Антропоморфная метафорическая модель. Посредством антропоморфных метафор санкции предстают в масс-медиа не просто как живое существо, но как организм, наделенный высшим разумом, имеющий свои характерологические черты. Иногда такие черты вполне «дружественны»: **Выборочные и, в общем, пока что безобидные санкции США в адрес ряда высокопоставленных российских персон и финансовых институтов возымели острую реакцию** (Эксперт, 2014); Но при этом санкции могут проявить строгость характера и серьезность намерений и действий: **В общем, Владимир Яковлевич, а также его коллеги и товарищи из Новгородского общества любителей древности – за строгие санкции** (Новгородские ведомости, 2013); **Вот введут завтра против нас по-настоящему серьезные санкции и возникнет вопрос к «Роснефти», «Газпрому», «Ростелекому» – есть ли у них план «Б» технологического развития и импортозамещения?** (Известия, 2014).

Таким образом, в пространстве российского медийного дискурса лексема *санкции* не только частотна в употреблении (особенно в 2014 году) в связи с реально происходящими событиями в стране и мире, но ее семантика расширяется и слово приобретает оценочность, что происходит благодаря языковой рефлексии авторов статей. Несомненно, читатели не только воспринимают информацию, но и формируют в сознании определенный оценочный образ характеризующего явления.

Литература и источники

1. Большой юридический словарь, 2003. Режим доступа: <http://law.niv.ru/doc/dictionary/big-legal/index.htm> (дата обращения: 13.01.2020).
2. Клушина, Н. И. Современный медиадискурс и его коммуникаивно-стилистические особенности // Мир русского слова. – 2010 – № 2. – С. 25–28.
3. Кондратьева, О.Н. «Словарь политических терминов в СМИ» как новый лексикографический продукт / О.Н. Кондратьева // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2016. – № 6 (44). – С. 38–49.
4. Национальный корпус русского языка. Режим доступа: <http://www.ruscorpora.ru> (дата обращения: 03. 10. 2019).
5. Потехина, М. С. Проблемы ключевых слов в филологии // Филология. Журналистика. – 2017. – Т. 17. – С. 284-286.
6. Силанова, М. А. Медиатизация юридических терминов в дискурсе современных СМИ: дис...канд. филол. наук / М.А. Силанова. – Москва, 2016 – 260 с.

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Кондратьева О.Н. ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 811.161.1'42

**ЛЮБОВЬ КАК АКСИОЛОГИЧЕСКАЯ ДОМИНАНТА
ДЕВИЧЬЕГО АЛЬБОМА
Горовая Я.О., Рабенко Т.Г.**

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
sinkina20@mail.ru

**Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках проекта
«Концептуально-ценностный анализ эпистолярного и мемуарного
наследия жителей Кузбасса» (№ 20-412-420005 p_a)**

В настоящей статье развивается идея возможного рассмотрения феномена любви как аксиологической доминанты жанра девичьего альбома. Прослеживаются уровни и языковые средства реализации обозначенной доминанты: диктумно-модусное содержание, жанрово-стилистическая организация альбомного текста. Жанр девичьего альбома является воплощением характерных черт девичьей субкультуры, которая обуславливается возрастными особенностями автора альбомного жанра (девочка-подросток 9–14 лет). Основопологающей ценностью, реализованной в альбомных текстах, является любовь как романтические отношения между мужчиной и женщиной, что детерминировано возрастными особенностями девочки-подростка: повышение интереса к противоположному полу, возникновение первых любовных чувств, формирование устойчивого интереса к объекту любви и стремление к установлению контакта с избранником. Влюбленность девушки-подростка строится на основании одного из двух типов сценариев: формирование романтического чувства к некоему недостижимому идеалу (известному певцу, актеру и др.); любовь к сверстнику, который в силу гендерных возрастных особенностей не может ответить взаимностью. В итоге, любовь оказывается неким жанрообразующим мотивом, который является одним из доминантных признаков этой жанровой формы.

Ключевые слова: девичий альбом, девичья субкультура, аксиологический аспект, ценность.

**LOVE AS AN AXIOLOGICAL DOMINANT
GIRL ALBUM**

Gorovaya Ya. O., Rabenko T. G.

Kemerovo State University
sinkina20@mail.ru

This article develops the idea of possible consideration of the phenomenon of love as an axiological dominant of the genre of a girl's album. The author traces the levels and means of realization of the indicated dominant: dictum-modus content, genre-stylistic organization of the album text. The genre of the girl album is the embodiment of the characteristic features of the girl subculture, which is determined by the age characteristics of the author of the album genre (a teenage girl of 9-14 years). The fundamental value realized in album texts is love, romantic relations between a man and a woman, which is determined by the age-specific characteristics of a teenage girl: increasing interest in the opposite sex, the emergence of the first love feelings, the formation of a stable interest in the object of love and the desire to establish contact with the chosen one. A teenage girl's infatuation is based on one of two types of scenarios: the formation of a romantic feeling for her.

Keywords: girl album, girl subculture, axiological aspect, value.

Современная лингвистическая наука, рассматриваемая в свете антропоцентрической направленности, помещает в центр исследовательского внимания проблему «язык и личность», в решении которой «приоритетным становится пристальный интерес к речевым проявлениям говорящего / пишущего субъекта – речевым произведениям, как правило, жанровооформленным» [1, с. 257]. В связи с этим важную роль играет проблема соотношения жанра и культуры. Как отмечает В. В. Дементьев, набор жанров, существующих в определенной культуре является важнейшей частью своеобразия данной культуры, данного коммуникативного пространства, речи и языка (и их отдельных сфер, таких как повседневное общение, научное, деловое, сфера политики, рекламы и т.п.). Данный набор обусловлен общим состоянием культуры и ее составляющих, где

важнейшими являются социальные факторы (структура общества, социальные институты, коммуникативные ценности и представления о допустимом и недопустимом, «хорошем» и «плохом» в общественном поведении, официальных и межличностных отношениях) [2, с. 126].

На сегодняшний день аксиологическая сторона устного и письменного общения становится одним из важнейших факторов при изучении различных явлений в языке, а проблема ценностей вызывает все более возрастающий интерес у лингвистов. Категория «ценность» является ключевой в аксиологии, поскольку определяет сущностное отношение взаимодействия человека и окружающего мира, систему личностного восприятия и освоения культуры. Известно, что научная необходимость этой категории возникает тогда, когда встает вопрос о личности и окружающей ее материальной и духовной сфере, о деятельности субъекта, (будь то личность, группа, класс, нация) в тех объективных условиях, в которых он существует [3]. Ценности существуют в диалектическом отношении субъект-объект и являются связующим звеном между внутренним миром личности и окружающей средой [4]. Аксиологические ценности современной личности можно проследить, изучая естественную письменную речь рядового носителя языка и ее результаты – тексты. Среди них жанр девичьего альбома.

Цель предпринимаемого исследования – описать жанр «девичий альбом» в аксиологическом аспекте, выявить основные ценности, представленные в рамках данного жанра. В качестве фактологического материала исследования выступают девичьи альбомы, представленные в архиве Лаборатории естественной письменной речи Кемеровского государственного университета (всего более 30 альбомов).

Объектом настоящего исследования является жанр девичьего альбома как форма реализации «девичьей субкультуры» (термин «девичья субкультура» предложен С. Б. Борисовым, который предполагает механизмы гендерной инкультурации детей и подростков, в частности, формы социализации девочек), рассматриваемый с позиции аксиологического аспекта как репрезентации базовых ценностей данного жанра [5;6].

Девичий альбом – это красочно оформленная книга или тетрадь, которая заполняется текстами различных жанров (стихами, песнями и т.д.), где автор девичьего альбома, его друзья и знакомые пишут или рисуют на память [7]. Жанр девичьего альбома является воплощением характерных черт девичьей субкультуры, которая обусловлена возрастными особенностями автора данного жанра, как правило, это девушка-подросток в возрасте 9–14 лет. Основопологающей ценностью, реализованной в текстах исследованных тетрадей, является любовь, романтические отношения между мужчиной и женщиной, что обусловлено возрастными особенностями девушки-подростка: повышение интереса к противоположному полу, возникновение первых любовных чувств, формирование устойчивого интереса к объекту любви и стремление к общению и установлению контакта с избранником [8; 9].

Влюбленность девушки-подростка строится на основании 2-х типов сценариев:

1) формирование чувства любви к недостижимому идеалу (в этой роли выступает некий известный певец, актер и др.);

2) любовь к сверстнику, который не может ответить взаимностью, так как в силу гендерных возрастных особенностей имеет другой круг интересов – спорт, [компьютерные игры](#), учеба, самовыражение в компании сверстников [8].

Первая любовь для подростка представляется болезненным и трагичным переживанием в связи с отсутствием необходимого внимания и невозможностью установить желаемые отношения или завязать знакомство с выбранным объектом. Обнаруживается два тематических блока, реализуемых в рамках девичьего альбома:

1) «внешнее проявление любви через действие»: измена, клевета, лесть, ложь, обман, подлый поступок;

2) «любовь как внутреннее чувство»: состояние, подобное болезни, то, что причиняет страдания, беспокойство, горечь, мучения, наводит тоску, вызывает грусть, недоверие,

ненависть, обиду, ревность, скуку и др. Реже любовь предстает как светлое, радостное, прекрасное чувство.

На страницах альбомов встречаются попытки участников альбомной коммуникации дать определения любви. В их представлении любовь – это ...

- *«видеть смысл жизни в глазах друг друга»;*
- *«океан любви, но в океане, смотри, не утони»;*
- *«не снег, не тает»;*
- *«алый парус над водой»;*
- *«тайна»;*
- *«бурное море»;*
- *«кольцо, у которого нет конца».*

В подростковом возрасте становятся интересны запретные темы из жизни взрослых, поэтому встречаются попытки дать оценку межгендерным отношениям, при этом частотны репрезентации с негативной коннотацией. Любовь – это ...

- *«встреча двух дураков с повышенной температурой»;*
- *«четыре пятки под одним одеялом»;*
- *«два дурака хотят сделать третьего»;*
- *«сказка, а через год – коляска».*

Подростки под воздействием сильных чувств нередко становятся чувствительны к творчеству: они либо сами пишут стихи и музыку, либо обращаются к классическим или фольклорным произведениям, которые близки их душевному состоянию. Так, в большинстве исследуемых рукописных альбомах присутствуют разделы «стиховник», «песенник», которые реализуют и поддерживают основную ценностную идею альбома: любовь, ненависть, взаимоотношения полов, одиночество, счастье и пр.

Песенники представлены как эстрадными песнями, так и текстами собственного сочинения. Выборка песен осуществляется по принципу музыкальных предпочтений хозяйки альбома, учитывает наиболее популярную музыку периода бытования альбома. Важно учитывать, что в случае если объектом любви автора альбома является кумир, чья деятельность связана с музыкальным творчеством, то и содержательная часть песенника по большей части включает в себя записи текстов данного исполнителя.

Важное место в воплощении любовной тематики играет «стиховник», который представляет собой сборник стихотворных текстов. Их выборка осуществляется согласно духовно-ценностным потребностям автора альбома. На страницах рассматриваемых образцов представлены стихотворные произведения о любви, среди них классические произведения, фольклорные произведения, стихотворения собственного сочинения.

В создании любовного настроения альбома значимое место занимают афоризмы, четверостишия, цитаты, представляющие собой определения любви и дружбы. На страницах альбомов встречаются цитаты из классических произведений или авторские афоризмы, фольклорные произведения, имеющие шуточный характер: *«любовь – это пух, а кто любит – тот лопух»;* *«дружба – не служба, предлагать не нужно».*

Переживая первую любовь, девушки-подростка считает важным не только сам объект привязанности, но и то разнообразие эмоций и ощущений, которые она испытывает в связи с открытием новой сферы жизни. Но поскольку ощущения эти – первые в жизни, ни с чем ранее несравнимые, подросткам важно выяснить, какие чувства переживают при этом другие сверстники того же пола. Для разъяснения данного вопроса на помощь приходит такой раздел девичьего альбома, как «Анкета», который является полем для коммуникации между сверстниками, что позволяет рассмотреть систему ценностей хозяйки анкеты, ее представлений о любви, и участников коммуникативного поля, формирующегося вокруг альбома. Анкета – это опросный лист, вопросы в котором касаются интересов и предпочтений сверстников владелицы анкеты [8]. Характер вопросов анкеты направлен на

узнавании информации о коммуниканте и является средством для формирования и сохранения «культуры любви», побуждение к воспроизводству афоризмов, пожеланий и др.

Пытаясь умерить душевные переживания, девушки стремятся заглянуть в будущее, понять, что их ждет в личной жизни и что чувствует к ней избранник, используя альбомные «гадалки», «чихалки», которые представляют собой пример любовной семиотизации повседневности. Интерпретации подвергается время чихания, зуд той или иной части тела, икота, цвет волос, месяц рождения, любимый цвет и др.

В формировании любовного антуража рукописного альбома значимую роль играет не только содержательная сторона текстов, жанровая организация альбома, но и графико-пространственные характеристики. Страницы альбомов изобилуют любовной символикой: сердце, стрела, «Зеркало Венеры», «Щит и копье Марса» и др. Цветовая гамма, в которой выполнен альбом, также подчинена основной ценностной идее, при написании текстов о любви и создании сопровождающих изображений активно используются красные, розовые, бордовые цвета.

Таким образом, основной ценностной доминантой девичьего альбома является любовь, что детерминировано возрастными и гендерными особенностями автора данного жанра. Девочка-подросток, испытывая гамму эмоций, вызванных первой любовью, отражает свои переживания посредством заполнения девичьего альбома. Вокруг альбома формируется специфическое коммуникативное поле, в рамках которого школьница не только выражает свои личные переживания, но и имеет возможность общения со сверстницами на пока еще запретную тему, которая является значимой для данного возрастного и гендерного сообщества, как и для «девичей субкультуры» в целом.

Литература и источники

1. Рабенко, Т. Г. Ценностные доминанты дневникового жанра / Т. Г. Рабенко // Аксиологические аспекты современных филологических исследований: Тезисы докладов междунаrodn. научн. конф. Екатеринбург: Издательский дом «Ажур», 2019. – С. 257–259.
2. Дементьев, В. В. Теория речевых жанров / В. В. Дементьев. – М., 2010. – 247 с.
3. Кирьякова, А. В. Аксиологическая концепция ориентация личности в мире образования / А. В. Кирьякова // Научный журнал Вестник ОГУ. – 1999. – № 1. – С. 13–19.
4. Сурженко, Л. В. Ценности личности: философский и психологический анализ понятия / Л. В. Сурженко // Научный журнал КубГАУ. – Краснодар, 2011. – № 65(01). – С. 1–11.
5. Борисов, С. П. Любовный рассказ в ансамбле девичьего альбома. Анкеты // Рукописный девичий рассказ / Сост. С. П. Борисов. – М.: ОГИ, 2002. – 279 с.
6. Борисов, С. Б. Мир русского девичества: 70-90 годы XX в. / С. Б. Борисов. – М.: Ладомир, 2002.
7. Архипова, Г. Ф. «Девичий альбом: к вопросу о происхождении жанра» / Г. Ф. Архипова // Культура и текста. – Барнаул: Изд-во БГПУ, 2005. – Т. 3. – С. 184-189.
8. Лурье, М. Л. Пародийная поэзия школьников / М. Л. Лурье // Русский школьный фольклор. От «вызываний» Пиковой дамы до семейных рассказов / Сост. А. Ф. Белоусов. – М.: Ладомир, 1998. – С. 430–517.
9. Ильин, Е. П. Психология любви: учебн. пособие / Е. П. Ильин. – СПб.: Питер, 2018. – 332 с.

Научный руководитель: д-р филол. наук, доц. Рабенко Т. Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

**ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИИ К ВИДЕОРОЛИКАМ ПОЛИТИЧЕСКОЙ
ТЕМАТИКИ КАК СПОСОБ ВЫРАЖЕНИЯ ЛЕГИТИМНОСТИ**

Десятяров Д.В.

Федеральное государственное казенное военное образовательное учреждение высшего образования “Новосибирский военный институт имени генерала армии И.К. Яковлева войск национальной гвардии Российской Федерации”

dimad9@rambler.ru

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-012-00522.

В данной статье изучается возможность отражения через комментарии к политическим видеороликам взглядов общества на легитимность тех или иных событий или решений. В связи с этим рассматривается типология языковых личностей и порождаемых ими текстов в рамках лингвоперсонологического подхода. В качестве материала исследования было выбрано два наиболее популярных видеоролика русскоязычного и англоязычного сегментов YouTube, посвященных теме государственного переворота на Украине в 2014 году. Далее кратко описывается их содержание и выводы, к которым приходят авторы этих роликов. Российский блогер Дмитрий Пучков в своем обращении выражает крайне негативное отношение к такому явлению, как государственный переворот. Анализ комментариев к данному ролику позволяет судить о том, что коллективная русскоязычная виртуальная языковая личность солидарна с его позицией. Англоязычный блогер на канале Vlogbrothers предлагает несколько точек зрения на происходившие события. Если посмотреть динамику преобладающих тем, отраженных пользователями в комментариях, то можно сделать вывод о том, что с течением времени коллективная англоязычная виртуальная языковая личность начинает выражать большую долю сомнения относительно легитимности вышеуказанных событий.

Ключевые слова: легитимность, виртуальная языковая личность, интернет-комментарии, лингвоперсонология, вторичный текст, блогер.

**INTERNET COMMENTARIES TO POLITICAL VIDEOS AS A MEANS OF
EXPRESSION OF LEGITIMACY**

Devyatiyarov D. V.

Novosibirsk Military Institute of the National Guard Troops of the Russian Federation

The article deals with the ability of Internet-commentaries to political videos to reflect society's views concerning legitimacy of different events or decisions. Thus we consider the typology of linguistic personalities and texts produced by them in the context of linguo-personological approach. Two most popular YouTube videos on 2014 Ukrainian crisis (both in English and Russian) were chosen as an object of study. We briefly described their contents and conclusions which their authors came to. Russian blogger Dmitriy Puchkov expresses a highly negative attitude towards the phenomenon of the coup. The preliminary analysis of the commentaries to this video allows us to assume that a collective Russian-speaking linguistic personality shares the blogger's point of view. An English-speaking blogger from Vlogbrothers channel suggests several points of view concerning the aforementioned events. If we look at the dynamics of the prevailing topics discussed in the commentaries section, we may see that in course of time the collective English-speaking linguistic personality starts to express a lot more doubt towards the legitimacy of events in Ukraine.

Key words: legitimacy, virtual linguistic personality, Internet-commentaries, linguistic personology, secondary texts, blogger.

Начало XXI века и последнее десятилетие в частности характеризуется активным расширением информационного пространства, обусловленным, в свою очередь, интенсивным развитием и общедоступностью сети Интернет, которая становится основным источником информации. В этих условиях языковая личность получает возможность как транслировать собственные взгляды по разным вопросам, так и становиться объектом манипуляции, в том числе в аспекте формирования политической картины мира. Одной из ведущих платформ для подобного рода коммуникации является видеохостинг YouTube. Он дает возможность авторам создавать контент, отражающий их взгляды, а потребителям этого контента выражать свое мнение относительно его содержания в секции комментариев. В связи с этим проблема выражения легитимности и способы ее решения становятся важными задачами, решение которых необходимо для гармоничного существования общества.

Вопросу изучения типов языковой личности и производимых ими текстов посвятили свои работы множество ученых, среди которых Н.Д. Голев, Н.В. Мельник, Н.Б. Лебедева, И.В. Савельева, А.В. Болотнов и другие.

Так, например, А.В. Болотнов, изучая идиостиль информационно-медийной языковой личности, выделил следующие её типы: журналист, писатель, блогер, наблюдатель-свидетель и политик [1]. В рамках нашего исследования наибольший интерес представляют языковые личности блогера и наблюдателя-свидетеля. Автор характеризует блогера как языковую личность, «способную альтернативно оценивать актуальные информационные поводы, не ограниченную этическими обязательствами в речевом общении, использующую различные средства и способы воздействия на целевую аудиторию подписчиков» [1, с. 15]. Что касается наблюдателя-свидетеля, то он, как и блогер, имеет личную заинтересованность в обсуждаемой проблеме, но не является профессионалом и свободен в выборе средств выражения, не подвергаясь цензуре, которые, в свою очередь, отражают уровень его культуры и особенности мировосприятия [1]. К текстам, производимым этим типом языковой личности, можно отнести интернет-комментарий.

Вслед за А.М. Майдановой, мы рассматриваем интернет-комментарий как вторичный текст, то есть некий производный продукт, созданный на базе другого текста со сменой авторства, существующий в новой коммуникативной среде [2].

Особую актуальность на сегодняшний день приобрел лингвоперсонологический аспект изучения интернет-комментариев, с точки зрения которого текст является продуктом речемыслительной деятельности языковой личности и по своей сути является персонотекстом (Н. Д. Голев, Н. В. Мельник, Н. Б. Лебедева, Л. Г. Ким и др.). Следовательно, вся совокупность комментариев, посвященных той или иной статье или видеоролику, представляет собой массив персонотекстов, который можно рассматривать как отражение взглядов некой коллективной виртуальной языковой личности.

В качестве объекта исследования мы выбрали контент, созданный информационно-медийной языковой личностью «блогер», реализованный в виде видеороликов на видеохостинге YouTube, и информационно-медийной языковой личностью «наблюдатель-свидетель», выраженный в виде интернет-комментариев.

Как отмечают Л.Ю. Бронзино и О.С. Волгин, одним из основных способов измерения степени легитимности социального института является опрос общественного мнения [3]. С нашей точки зрения, интернет-комментарии к видеороликами политического содержания также могут являться отражением общественного мнения, следовательно, изучение массивов комментариев может говорить о степени принятия или непринятия людьми тех или иных социальных институтов, решений или законов.

Исследование проводилось на материале двух видеороликов русскоязычного и англоязычного сегментов видеохостинга YouTube, объединенных тематикой переворота на Украине, произошедшего в 2014 году.

Материалом русскоязычного сегмента выступил ролик известного российского блогера Дмитрия Пучкова «Goblin News 11: коричневый переворот» от 4 марта 2014, являющийся

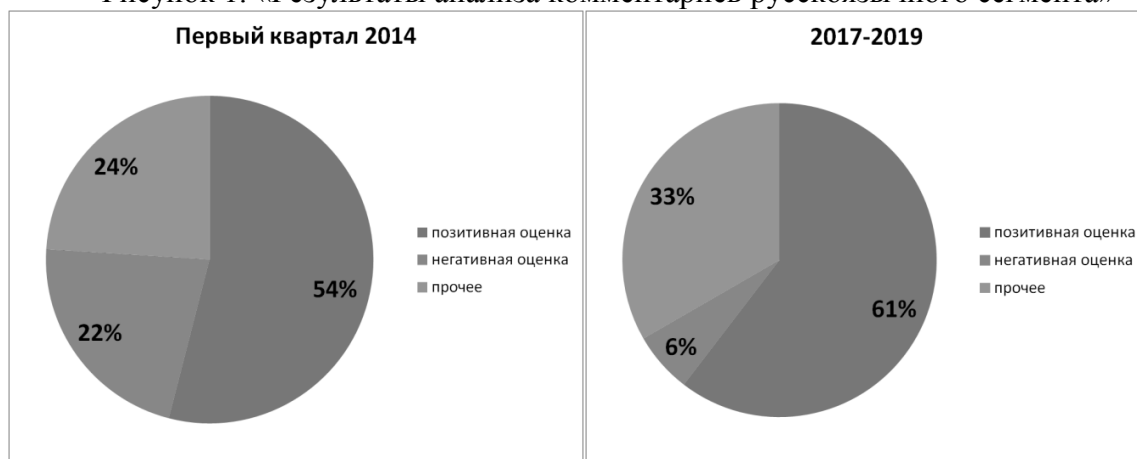
самым просматриваемым видеороликом по данной тематике (4 047 550 просмотров, 11 367 комментариев). В нем автор на протяжении 26 минут рассматривает причины и следствия переворота, акцентируя внимание на терминологической паре *революция – переворот*, отмечая, что на Украине произошёл именно переворот, ставший следствием борьбы элит за власть при активной финансовой поддержке Запада и местных СМИ. В целом в ролике термин «переворот» имеет крайне негативную коннотацию. По своей сути данный видеоматериал является рассуждением-предостережением.

Англоязычный сегмент также представлен наиболее просматриваемым роликом по заданной тематике “Understanding Ukraine: The Problems Today and Some Historical Context” (4 213 159 просмотров, 15 723 комментариев), который тоже был выложен в сеть 4 марта 2014 года на англоязычном YouTube канале Vlogbrothers. Здесь автор больше внимания уделяет взаимоотношениям России и Украины в исторической перспективе. Что касается государственного переворота, то он предлагает две точки зрения. Согласно первой из них, переворот – явление незаконное и закономерно вызывающее опасения со стороны России в виде гипотетического размещения ракет НАТО у её границ. Согласно второй – народ Украины свергает тирана с целью дальнейшей организации свободных и честных выборов, а Россия, воспользовавшись моментом, вторгается на территорию суверенного государства, преследуя свои интересы. Тем самым автор, четко не эксплицируя свою точку зрения, сам предлагает вариант легитимизации государственного переворота.

Оба ролика вызвали оживленное обсуждение в секции комментариев, продолжающееся на протяжении всех прошедших лет с момента их публикации. Для первичного анализа было отобрано по 200 комментариев из первого квартала 2014 года и 200 наиболее свежих комментариев к каждому ролику. В подборку вошли комментарии только на русском (для русскоязычного сегмента) и английском (для англоязычного сегмента) языках.

Весь массив комментариев к русскоязычному ролику можно условно разделить на три категории, позволяющие судить о степени легитимности в сознании коллективной русскоязычной виртуальной языковой личности: позитивная оценка мнения автора ролика, негативная оценка мнения автора ролика и прочее. В категорию «прочее» мы поместили комментарии, выражающие безразличие, частичное согласие, рассуждения по смежным темам и так далее. В дальнейшем эта категория нуждается в более детальном рассмотрении. Результаты отображены на Рисунке 1.

Рисунок 1. «Результаты анализа комментариев русскоязычного сегмента»



Основываясь на полученных данных, можно сделать вывод о том, что коллективная русскоязычная виртуальная языковая личность в основном поддерживает мнение Дмитрия Пучкова, тем самым выражая негативное отношение к государственным переворотам, считая такой способ смены власти в государстве нелегитимным. С течением времени такой

взгляд только укрепляется, что может быть связано, в том числе и с применением в текстах интернет-комментариев разнообразных манипулятивных стратегий и тактик [4].

Поскольку англоязычный блогер с канала Vlogbrothers открыто не выражает своё отношение касательно государственных переворотов, то невозможно распределить массив соответствующих комментариев по принципу положительной или отрицательной оценки его мнения. Поэтому мы сделали акцент на том, какие темы преобладали в обсуждении зрителей ролика в тот или иной момент времени (Таблица 1).

Таблица 1. «Результаты анализа комментариев англоязычного сегмента»

Первый квартал 2014 года	2019 – начало 2020 года
<ul style="list-style-type: none"> • Благодарность за разъяснение ситуации – 54% • Агрессия России – 9% • Просьба рассмотреть аналогичные ситуации в других странах – 9% • Некомпетентность автора – 8% • Прочее – 20% 	<ul style="list-style-type: none"> • Некомпетентность автора – 62% • Вмешательство США – 15% • Благодарность за разъяснение ситуации – 9% • Прочее – 14%

Первоначальная реакция пользователей свидетельствует о том, что они крайне благожелательно восприняли информацию от неофициального источника, акцентировав внимание на том, что она изложена более понятно и доступно (54%). Часто упоминается агрессия России по отношению к Украине (9%) и выражается просьба рассмотреть аналогичные случаи в других странах (9%). С течением времени ситуация кардинально менялась. В большей части наиболее свежих комментариев отмечается некомпетентность автора (62%), а также часто высказывается предположение о вмешательстве США в дела суверенного государства (15%), что указывает на сомнение коллективной англоязычной виртуальной языковой личности относительно легитимности происходящих на Украине событий.

Изучение интернет-комментариев к видеороликам на политические темы как отражения взглядов общества на легитимность тех или иных явлений, с нашей точки зрения, может считаться перспективным направлением для исследования, нуждающимся в более детальной проработке параметров анализа в дальнейшем.

Литература и источники

1. Болотнов, А. В. Идиостиль информационно-медийной языковой личности: коммуникативно-когнитивные аспекты исследования: автореферат дис. ... д-ра филологических наук / Нац. исслед. Том. гос. ун-т. – Томск, 2016.
2. Майданова, Л. М. Речевая интенция и типология вторичных текстов // Человек – текст – культура. Екатеринбург : Ин-т развития регионал. образования, 1994. – С. 81.
3. Бронзино, Л. Ю. Легитимность в современном обществе / Л. Ю. Бронзино, О. С. Волгин. – Москва : РУДН, 2008. – 200 с.
4. Коломиец, С. В. Манипулятивные стратегии в текстах интернет-комментариев к политическим статьям: лингвоперсонологический аспект // Политическая коммуникация: перспективы развития научного направления Материалы Международной научной конференции. / С. В. Коломиец, И. В. Савельева., 2014. – С. 120-122.

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Мельник Н.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 81-115

ЮРИДИЧЕСКИЙ ТЕКСТ КАК ОБЪЕКТ СИСТЕМНОГО СЕМАСИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Иркова А.В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

a.irkova@mail.ru

В статье представлен новый тип системного семасиологического анализа лексики, составляющей текст закона, на примере статьи 32 Лесного Кодекса Российской Федерации «Заготовка и сбор недревесных лесных ресурсов». Актуальность исследования проблемы взаимодействия естественного и юридического языков обусловлена комплексом причин: во-первых, теоретическими и практическими трудностями при интерпретации законодательных текстов, содержащих в себе, помимо юридических терминов, различные «предтермины» – лексические единицы, являющие полутерминологическое значение, которое нередко становится причиной их неоднозначного толкования; во-вторых, востребованностью решения проблемы семантизации юридического языка, определенных требований «ясности» и «понятности», связанных с феноменами множественности интерпретаций и напряжённости в социально-правовой сфере. В связи с этим разработана классификация лексических единиц текста закона по степени их «юридизированности» с учётом разных этапов эволютивной юридизации слов – от общенародного до специально-юридического. Комплекс объективных исследовательских процедур в данной форме анализа направлен на наблюдение за современным языковым статусом всех лексем текста закона и на описание компонентного состава семантического поля лексемы «валежник», семы которого извлекаются из контекстов различных дискурсивных практик Национального корпуса русского языка. Системный семасиологический анализ юридического текста включает в себя также интерпретацию количественных представлений результатов исследования.

Ключевые слова: юридизация, юридический текст, потенциальные термины, системный семасиологический анализ, 32 статья Лесного Кодекса Российской Федерации.

LEGAL TEXT AS AN OBJECT OF SYSTEMATIC SEMASIOLOGICAL ANALYSIS

Irkova A.V.

Kemerovo State University

The article presents a new type of systematic semasiological analysis of the vocabulary that makes up the text of the law, using the example of article 32 of the Forest Code of the Russian Federation "Harvesting and collection of non-wood forest resources". The relevance of the study of the problem of interaction between natural and legal languages is due to a complex of philological, expert and General cultural reasons: first, theoretical and practical difficulties in interpreting legislative texts that contain, in addition to legal terms, various "preterminals" – lexical units that have a semi-terminological meaning, which often causes their ambiguous interpretation; secondly, there is a need to solve the problem of semantics of the legal language, certain requirements of "clarity" and "intelligibility" associated with the phenomena of multiple interpretations and tension in the socio-legal sphere. In this regard, the classification of lexical units of the text of the law according to the degree of their "legitimation" is developed, taking into account the different stages of the evolutionary legitimation of words – from General to special legal. The set of objective research procedures in this form of analysis is aimed at observing the current language status of all lexemes of the law text and describing the component composition of the semantic field of the lexeme "valezhnik", whose semes are extracted from the contexts of various discursive practices of the National corpus of the Russian language. Systematic semasiological analysis of a legal text also includes the interpretation of quantitative representations of research results.

Key words: legalization, legal text, potential terms, system semasiological analysis, article 32 of the Forest Code of the Russian Federation.

Актуальность исследования проблемы взаимодействия естественного и юридического языков обусловлена комплексом филологических, экспертных и общекультурных причин: во-первых, теоретическими и практическими трудностями при интерпретации законодательных текстов, содержащих в себе, помимо юридических терминов, различные «предтермины» – лексические единицы, являющие полутерминологическое значение, которое нередко становится причиной их неоднозначного толкования [1, 2, 3]; во-вторых, востребованностью решения проблемы семантизации юридического языка, определенных требований «ясности» и «понятности», связанных с феноменами множественности интерпретаций и напряженности в социально-правовой сфере. Следовательно, необходима разработка в контексте научных изысканий юрислингвистики и судебной лингвистической экспертизы комплексной методики анализа текста закона, и составляющих его лексических единиц.

Материалом исследования является текст статьи 32 Лесного Кодекса Российской Федерации «Заготовка и сбор недревесных лесных ресурсов» [4]. Принципом отбора этого законодательного акта является его общественная резонансность. Комплекс объективных исследовательских процедур в данной форме анализа направлен на наблюдение за современным языковым статусом всех лексем текста закона и на описание компонентного состава семантического поля лексемы «валежник», семы которого извлекаются из контекстов различных дискурсивных практик Национального корпуса русского языка [5].

Лексический массив данного текста законодательного акта представлен следующим образом:

Служебные слова: «и»; «от»; «на»; «с»; «в»; «для»; «из»; «к»; «или»; «и (или)»; «без»;

Местоименные слова: «других», «другие», «которых», «им»;

Предикативные комплексы и связки с элементами юридического содержания: «осуществляются в соответствии с настоящим Кодексом»; «осуществляющие заготовку и сбор недревесных лесных ресурсов»; «вправе возводить навесы и другие некапитальные строения»; «на предоставленных им лесных участках»; «осуществляют заготовку и сбор недревесных лесных ресурсов на основании договоров аренды лесных участков»; «допускается осуществление заготовки елей и (или) деревьев других хвойных пород»; «связанную с изъятием, хранением и вывозом»;

Слова и связки общенародного употребления: «соответствующих лесных ресурсов из леса»; «пни»; «береста»; «кора деревьев и кустарников»; «хворост»; «веточный корм»; «еловая»; «пихтовая»; «сосновая»; «ели или деревья других хвойных пород для новогодних праздников»; «мох»; «лесная подстилка»; «камыш»; «тростник и подобные лесные ресурсы»;

Околоюридические лексемы: «изъятием»; «хранением»; «вывозом»;

Предтерминологические лексемы и словосочетания (эту группу составляют лексемы, представленные в юридической литературе, но не нашедшие в ней однозначного определения): «граждане»; «гражданами»; «юридические лица»; «юридическими лицами»; «аренда»; «предпринимательская деятельность»;

Собственно юридические лексемы и словосочетания: «кодекс»; «Кодексом»; «договоров»; «субъектов»; «купли-продажи»;

Юридизированные собственные имена (номенклатурная лексика): «Федеральных»; «Федеральным»; «Федерального»; «Российской Федерации»; «Лесной Кодекс»; «ФЗ»; «ЛК»; «РФ»; «Статья»; «ФЗ».

Лингвистический комментарий:

Хронотопом статьи 32 является её расположение в ЛК РФ Главе 2. «Использование лесов» ("Лесной кодекс Российской Федерации" от 04.12.2006 N 200-ФЗ (ред. от 27.12.2018)) [4]. Федеральным законом от 18.04.2018 N 77-ФЗ «О внесении изменения в статью 32 Лесного кодекса Российской Федерации» «часть 2 статьи 32 Лесного кодекса дополняется понятиями “валежник” и “древесная зелень”, что дает возможность их заготовки и сбора как недровесного лесного ресурса гражданами для собственных нужд» [6]. Цель статьи определяется правилами заготовки и сбора недровесных лесных ресурсов, которые устанавливаются уполномоченным федеральным органом исполнительной власти. Тематика статьи связана с отношениями в области использования, охраны, защиты и воспроизводства лесов, лесоразведения (лесные отношения), которые регулируются Лесным законодательством. Семантическая неопределённость лексемы «валежник» актуализирует следующие смысловые признаки: «сухие деревья»; «сучья»; «упавшие на землю» (**лексикографические, диалектные дискурсы**); «сухая трава»; «лежащая на земле» (**поэтические, прозаические, газетные дискурсы**); «мёртвые деревья»; «стволы отмерших деревьев или их части»; «лежащие на земле» (**научные дискурсы**). Общепонимание, исторически связанное с диалектным языком, слово «валежник» тянет за собой дискурсивные смыслы своего неюридического функционирования в текст закона.

Ниже приведены диаграммы (*Диаграмма 1., Диаграмма 2.*) с легендами, описывающими частоту встречаемости групп слов по признаку их «юридизированности». В центре обозначено общее количество слов для каждой из представленных статистик.

Диаграмма 1. Лексема-словарная статистика

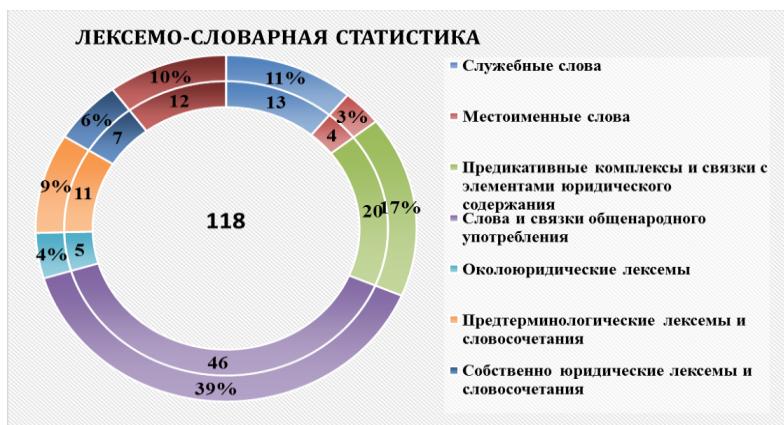
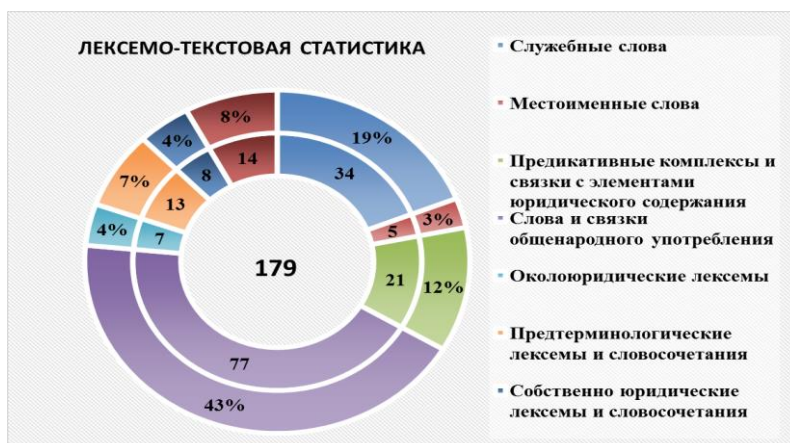


Диаграмма 2. Лексема-текстовая статистика



Интерпретация количественных данных.

Анализ лексико-квантитативных данных в направлении каждого разряда классификации слов по типам их «юридизированности» – от общенародных до сугубо юридических, а также подсчёт их процентного соотношения к общему количеству слов, использованных в тексте закона, показывает следующие закономерности:

1) на уровне *«Лексемо-словарной статистики»* при подсчёте общего количества слов без повторов доминирующей группой слов являются «Слова и связки общенародного употребления» (39%), далее располагаются «Предикативные комплексы и связки с элементами юридического содержания» (17%) и т.д.;

2) на уровне *«Лексемо-текстовой статистики»* при подсчёте общего количества слов с учётом повторов наиболее частотно встречаются слова, входящие в группу «Слова и связки общенародного употребления» (43%), далее представлена по частоте употребления группа «Служебные слова» (19%) и т.д.

Таким образом, представленный системный семасиологический анализ юридического текста и классификация речевых единиц по степени их «юридизированности» раскрывают различные стадии юридизации слов общенародного языка, попадающих в правовой текст. Практическим выходом результатов исследования может быть их применение в практике экспертизы действующих законов, законопроектов, играющее значительную роль в перлокутивной экспертизе текстов законопроектов, направленной на выявление их доступности, уровня и качества понимания. Одной из перспектив работы является использование результатов исследования для экспертизы текста закона, связанной с выявлением его коррупциогенного потенциала.

Литература и источники

1. Голев Н. Д., Иркова А. В. Становление юридического термина как процесс юридизации общенародного слова (дискурсивно-семантический анализ лексем с корнями чест- и добр-) // Вестник Московского государственного университета. 2018. №4. С. 212 – 242.
2. Голев Н. Д. Юридизация естественного языка как лингвистическая проблема // Юрислингвистика. Барнаул. 2000. С. 8 – 40.
3. Иркова А. В. Предъюридические и юридические смыслы лексемы «гражданин» в общественно-политическом дискурсе // Сибирский филологический журнал. Новосибирск, 2019. №3. С. 215 – 224.
4. Федеральный закон "О внесении изменения в статью 32 Лесного кодекса Российской Федерации" от 18.04.2018 N 77-ФЗ (последняя редакция). Интернет-ресурс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_296072. (дата обращения 22.08.2019).
5. Национальный корпус русского языка. Интернет-ресурс. URL: www.ruscorpora.ru. (дата обращения 13.03.2020).
6. «Лесной кодекс Российской Федерации» от 04.12.2006 N 200-ФЗ (ред. от 27.12.2018). Интернет-ресурс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64299/df3c2a90d7db3ac9d3fdb5d5bf2c876924a16c1. (дата обращения 16.01. 2019).

Научный руководитель – д-р. филол. наук, проф. Голев Н.Д., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК-811'1

СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ СКРЫТОЙ РЕКЛАМЫ В РАЗНЫХ ВИДАХ ДИСКУРСА

Идемешова А. Н.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

fxqeex@mail.ru

В статье представлены данные, позволяющие нам говорить о возможности выделения средств реализации скрытой рекламы в разных видах дискурса с точки зрения коммуникативной лингвистики. На данном этапе нас интересует художественный дискурс. Проанализировав тексты скрытой рекламы в художественном дискурсе, мы сможем выявить присущие ей средства реализации. Полученный анализ позволит нам говорить о том, что является средством реализации скрытой рекламы в художественном тексте, о достижении коммуникативной цели или её неудачи, которая заложена в тексте скрытой рекламы. А также об эмоциональном состоянии героя, пользующегося тем или иным рекламируемым продуктом, и его отношении к нему. В статье приведены материалы, которые послужат базой для выявления средств реализации текстов скрытой рекламы в художественном дискурсе.

Ключевые слова: скрытая реклама, коммуникативная лингвистика, дискурс, средства реализации, коммуникативная цель, продакт плейсмент, языковые средства.

THE WAYS OF IMPLEMENTATION IN PRODUCT PLACEMENT IN DIFFERENT DISCOURSE TYPES

Idemeshova A.

Kemerovo State University

The article is devoted to the study of product placement in literary discourse from the point of view of communicative linguistics. The resulting analysis will allow us to identify the means of implementing in product placement in a literary text, about the achievement or failure of a communicative goal that is hidden in the advertising text. Also we will be able to talk about the emotional state of the hero who uses this or that advertised product, and his attitude to it.

Key words: product placement, communicative linguistics, discourse, ways of implementation, communicative goal, language means.

Современное общество нельзя представить без рекламы. А скрытая реклама проникает во все сферы нашей жизни. Реклама - явление сложное и многогранное, именно этим объясняется повышенный интерес к ней со стороны специалистов различных областей знания. [5]

Ученые трактуют понятие скрытой рекламы (продакт плейсмент) с позиций отраслей той или иной науки, изучающей это многогранное явление. Продакт плейсмент представляет собой синтетическое средство маркетинговых коммуникаций, использующее интегрирование характеристик реальных компаний или товаров в контекст художественных произведений для достижения коммуникационно-маркетинговых целей коммуникатора. [1]

Поскольку изучение скрытой рекламы как особой технологии продвижения бренда началось недавно, ученые не могут конкретизировать типы и каналы передачи скрытой

рекламы. Но принято выделять три классических типа данного вида рекламы, независимо от канала распространения:

1. Визуальный (visual) PR, используется только логотип;
2. Разговорный (spoken) PR, о них говорят в превосходной степени;
3. PR через использование (usage), в киноиндустрии, когда герой пользуется чем-либо.

[2]

Последний тип также известен как «кинестетический product placement». Кинестетический (двигательно-эмоциональный) канал восприятия информации предполагает восприятие посредством физических ощущений. Этот тип product placement считается наиболее эффективным и поэтому предпочтительным у заказчиков, потому что включает в себя визуальный и разговорный элементы. [2]

Таким образом, изучив понятие скрытой рекламы, её классические типы, мы можем сказать, что скрытая реклама – это один из видов рекламы, характеризующийся особой технологией размещения продукта в определённом виде художественного произведения. Эффективность данной рекламы заключается в том, что она воздействует на сознание зрителя и потребителя с помощью незаметного присутствия продукта и его этикетки (имени или логотипа) в жизни персонажа фильма или героя книги. Считается, что скрытая реклама сработала эффективно в том случае, когда потребитель начал использовать те самые продукты, что и его любимый герой в художественном произведении.

Также, можем сделать вывод, что реклама является одним из вариантов коммуникации, целью которой является повлиять на мировоззрение людей с помощью экспрессивных и метафоричных текстов. Реклама должна быть профинансирована кем-то и иметь целевую аудиторию. Исследовать данный вид рекламы представляется интересным с позиции коммуникативной лингвистики.

Американские маркетологи стараются воздействовать на аудиторию с разных позиций. Так, например, в названиях некоторых обучающих книг для детей уже использована скрытая реклама: «The Oreo Cookie Counting Book», «The M&M's brand Counting Book» [2]. Это говорит о том, что коммуникативная цель подразумевает под собой такое использование названия бренда в названии книги, чтобы дети хотели покупать не саму книгу из-за того, что она учит читать, а из-за названия и рисунка на обложке. Следовательно, интенция достигнута. Отношение у детей к этим книгам уже положительное, потому что они увидели знакомые логотип и картинку, а такой маркетинг считается успешным.

Скрытая реклама является отличным объектом исследования средств её реализации с помощью коммуникативной лингвистики. Поскольку коммуникативная лингвистика решает сразу несколько задач, мы в первую очередь анализируем коммуникативную цель и интенцию текстов скрытой рекламы художественного дискурса, затем каналы и коды передачи информации в тексте и на основе полученных данных выявляем средства её реализации. Также сформируем мнение о том, является ли тот или иной текст скрытой рекламы эффективным, а проанализировав контекст, сможем понять какое отношение имеет герой, пользовавшийся рекламируемым продуктом, к нему.

Литература и источники

1. Ромат Е. В. Реклама: учебник для вузов. 7-е изд. СПб, 2008. С. 302.
2. Березкина О. П. Product Placement. Технология скрытой рекламы. — Спб.: Питер, 2009. — 208 с.
3. Romir Monitoring. Отношение читателей к Product Placement в литературных произведениях, 2006.
4. Полетаева, О.Б. Скрытая реклама (product placement) в современной художественной массовой литературе: авторская стратегия или редакторская правка /О.Б. Полетаева //Теория и практика общественного развития. - 2010. №3. Филологические науки.

5. Халимова Р. Р. Языковые средства реализации прагматической установки в текстах прямой и скрытой рекламы./ Р. Р. Халимова // автореферат диссертации по филологии. – 2011.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Прохоова Л. П. ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 347.781.8:808.5

ВЛИЯНИЕ ФАКТОРА АДРЕСАТА НА СУДЕБНУЮ РЕЧЬ

Люнгрин В. А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

nika.lungrin@gmail.com

В связи с принятием Федерального закона «О внесении изменений в Уголовно-процессуальный кодекс ...» расширяется перечень составов преступлений, по которым дело может быть рассмотрено судом с участием присяжных заседателей. Такая аудитория является профессионально неподготовленной, поэтому перед оратором стоит задача адаптировать речь для таких слушателей. В данной статье мы проанализировали речи судебных заседаний с участием только судьи и с участием коллегии присяжных. Таким образом, был выявлен ряд отличий между обвинительными речами прокуроров. Мы сделали вывод, что речь, произнесенная для коллегии присяжных заседателей, отличается простотой изложения, эмоциональностью, она больше по объему благодаря вступительной и заключительной части, а также детальному изложению показаний свидетелей. Речь ориентирована на социальное восприятие действительности больше, чем на правовое.

Ключевые слова: обвинительная речь, суд, судья, присяжные заседатели, ряд отличий.

INFLUENCE OF THE ADDRESSING FACTOR ON JUDICIAL SPEECH

Lyungrin V.A.

Kemerovo State University

In connection with the adoption of the Federal Law “On Amendments to the Code of Criminal Procedure ...” the list of crimes is being expanded, according to which the case can be examined by a jury. Such an audience is professionally unprepared, so the speaker is faced with the task of adapting speech for such listeners. In this article, we have analyzed the speeches of judicial sessions with the participation of only judges and with the participation of the jury. Thus, a number of differences were identified between the accusatory speeches of the prosecutors. We concluded that the speech delivered for the jury is simple in its presentation, emotional, it is larger in volume due to the opening and closing part, as well as a detailed statement of the testimonies of witnesses. Speech is focused on the social perception of reality more than on the legal one.

Keywords: indictment, court, judge, jury, a number of differences.

В связи с принятием Федерального закона от 23.06. 2016 №190 – ФЗ «О внесении изменений в Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации в связи с расширением применения института присяжных заседателей» расширяется перечень составов преступлений, по которым дело может быть рассмотрено судом с участием присяжных заседателей [5].

Присяжные заседатели – это выбранная случайным образом коллегия, призванная решать те или иные судебные вопросы. Такая аудитория является профессионально

неподготовленной, поэтому перед оратором стоит задача адаптировать речь для таких слушателей.

Мы проанализировали речь по делу Попова В. М., Калабухова М. Н., Долженкова Д. В., Лосева А. Н. младшего советника юстиции Палык Татьяны Ивановны, заместителя Гурьевского межрайонного прокурора [3] с участием только судьи и речь по делу Шулеги А. С., рассмотренному с участием коллегии суда присяжных заседателей [4] и выявили ряд отличий.

1. Речи, произнесенные в традиционном судебном заседании и в суде присяжных заседателей имеют разную ориентацию на сознание.

В своей статье «Правовое сознание: структура, содержание, виды» Д. С. Безносков опирается на работы известных правоведов конца 19 начала 20 веков: Н. Б. Чичерина, А. Д. Градовского, П. И. Новгородцева, В. М. Гессена и др. Д. С. Безносков пишет, что правовое сознание представляет собой систему взглядов, представлений, оценок людей или отдельного человека о действующем праве и о том, каким оно должно быть [1, с. 59–70]. Жизнь и действия человека рассматриваются со стороны нормативно-правовых принципов.

Социальным сознанием, как пишет Боровик О. В. в своей статье «Социальное сознание как определяющий фактор формирования структуры социального взаимодействия», является познание человеком своей жизни как взаимодействие с другими людьми и своего места в социальной структуре, а так же следования принятым в обществе идей и теорий [2, с. 26-29].

Прокурор, произнося речь перед присяжными, старается делать акцент на социальное сознание аудитории, т.к. люди, не связанные с правоохранительной деятельностью расценивают деяния обвиняемого, прежде всего, как акт против социума. Каждый человек, в первую очередь, задумывается о благосостоянии своих близких. Этот факт побуждает оратора внести в речь отсылки к общечеловеческим ценностям: *«Вам решать, нужно ли сегодня обществу (то есть нам с вами) защищаться от таких, как Шулега?»*.

2. Судебная речь с участием присяжных отличается наличием объемного вступления и заключения. В данном случае введение выполняет функцию установления эмоционального контакта с аудиторией. Оратор начинает свою речь с обращения к присяжным, таким образом, он настраивает слушателей на восприятие самой речи по делу. Прокурор старается найти среди них союзников, вызвать положительное отношение к своей личности. В данном примере он называет присяжных уважаемыми людьми, имеющих богатый опыт и обладающих житейской мудростью. Оратор нацелен указать коллегии присяжных, что именно они должны принять верное решение, так как *«понимают опасность подобных преступных проявлений как для общества в целом, так и для каждого из нас»*. Заключение также начинается с обращения к присяжным. Здесь автор апеллирует к чувствам слушателей, старается задействовать эмоциональный регистр, как правило, обращается к общечеловеческим ценностям. Он повторно указывает на важность принятия решения, что вызывает у слушателей чувство ответственности: *«именно от вас зависит: как вы лично и наше общество в целом должны реагировать на подобные преступные проявления»*.

Речь, произнесенная для судей, характеризуется довольно кратким введением и лаконичным заключением или вовсе его отсутствием. В данном случае введение лишь информирует о завершении судебного следствия и содержит установку на восприятие темы без каких-либо общечеловеческих и социальных оценок. В заключении прокурор озвучивает санкции. В отличие от речи для суда присяжных, традиционная речь содержит меру пресечения. Оратор, основываясь на УК РФ, озвучивает меру наказания для подсудимого в случае доказанности его вины: *«Признать виновными и назначить каждому наказание по ст. 116 УК РФ в виде 6 месяцев ИР с удержанием 20% заработка в доход государства...»*.

3. В судебной речи с участием только судьи оратор не прибегает к повторению показаний свидетелей. В суде присяжных заседателей прокурор подробно озвучивает показания свидетелей и обращает их внимание на детали. Это позволяет напомнить

слушателям все самое важное, поскольку у присяжных заседателей нет возможности ознакомиться с протоколом судебного заседания и материалами дела в отличие от судьи: «Свидетель Лузов (сослуживец потерпевшей) пояснил...».

4. Оратор, выступая перед коллегией присяжных, не использует профессиональную речь: термины и отсылки к нормативно-правовым документам могут быть непонятны аудитории, т. к. согласно критериям отбора в коллегию присяжных заседателей, изложенные в статье 3 Федерального закона «О присяжных заседателях...», кандидатами в присяжные могут являться люди независимо от их профессиональной подготовки. В этом случае прокурор обращается к моральным и нравственным принципам социума: «мера наказания» – «мера социальной защиты».

5. Речь, произнесенная в судебном заседании с участием только судьи, отличается отсутствием какой-либо эмоциональной нагрузки, т.к. выступление оратора перед судьей требует лишь факты и доказательства. Для речи в суде присяжных характерно воздействие на психику аудитории путем влияния на чувственные стороны. Для этого оратор использует средства художественной выразительности, такие как риторический вопрос, который заставляет аудиторию акцентировать свое внимание на проблеме. Анафора, которая используется, чтобы усилить эмоциональную окраску фраз. А так же эпитеты и метафоры, позволяющие сделать речь более яркой. Такие приемы не влияют на волю и разум человека. Однако такой эмоциональный настрой играет большую роль в принятии решения.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что речь, произнесенная для коллегии присяжных заседателей, отличается простотой изложения, эмоциональностью, она больше по объему благодаря вступительной и заключительной части, а также детальному изложению показаний свидетелей. Речь ориентирована на социальное восприятие действительности больше, чем на правовое.

Литература и источники

1. Безносков Д.С. Вестник Санкт-Петербургского университета // 2008. – №2. – с. 59–70.
2. Боровик О. В. Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки//2017. - №6-7. – с. 26-29.
3. Прокуратура Кемеровской области. Речи государственных обвинителей// Речь по делу Попова В. М., Калабухова М. Н., Долженкова Д. В., Лосева А. Н. младшего советника юстиции Палык Татьяны Ивановны, заместителя Гурьевского межрайонного прокурора с августа 2002 года. – Кемерово, 2003.
4. Прокуратура Кемеровской области. Речи государственных обвинителей// Речь по делу Шулеги А. С., рассмотренному с участием присяжных заседателей. – Кемерово, 2003.
5. Федеральный закон от от 23.06. 2016 №190 – ФЗ «О внесении изменений в Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации в связи с расширением применения института присяжных заседателей» // СПС КонсультантПлюс, <http://www.consultant.ru/edu/student/study/links/>

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Паули Ю.С., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81'276.6:34

ЭВФЕМИЗМЫ В СУДЕБНОЙ РЕЧИ

Халиман М. Б.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

mikekhaliman@yandex.ru

Данная работа посвящена анализу эвфемизмов в юридическом дискурсе с позиции выявления их лингвистической специфики. Эвфемизмы – одно из универсальных

коммуникативных средств в любом языке и один из распространенных объектов исследования в структурно-семантических, сопоставительных и лингвокультурологических работах как отечественных, так и зарубежных лингвистов. Однако анализ эвфемизмов в речах юридического характера, далеких друг от друга по временным и стилистическим критериям, представлен еще недостаточно полно. Поэтому выбранная нами тема представляется актуальной. Объектом исследования в нашей работе являются эвфемизмы в юридическом дискурсе, а предметом исследования – способы и средства выражения эвфемии, особенности её функционирования в исследуемом дискурсивном пространстве. Цель исследования состоит в изучении механизмов создания и функционирования эвфемизмов в юридическом дискурсе. Данная цель предполагает постановку и решение следующих задач: 1) изучить теоретические основы исследования эвфемизмов в отечественной и зарубежной науке; 2) рассмотреть функциональный потенциал эвфемии в русском языке и ее корреляцию с другими лингвистическими категориями; 3) создать эмпирическую базу для проведения анализа (методом направленной выборки получить группу специальных юридических лексем из словаря эвфемизмов Е. П. Сеничкиной и речей судебных ораторов); 4) выявить отобранные из словаря Е. П. Сеничкиной лексемы в речах юристов дореволюционного (1860-е – 1917 гг.), советского (1917 – 1991 гг.) и постсоветского (1991 г. – по н.в.) этапов на предмет их активного функционирования, а также описать новые эвфемизмы, ранее не зафиксированные в научной литературе и лексикографических источниках; 5) раскрыть лингвистическую специфику собранного материала. Материалом для работы послужила эвфемистическая лексика, включенная в лексикографические источники, и эвфемистическая лексика, функционирующая в анализируемых речах судебных ораторов.

Ключевые слова: эвфемизм, юридический дискурс, судебная речь, судебные ораторы, русский язык, словари.

EUPHEMISMS IN COURT SPEECH

Khaliman M. B.

Kemerovo State University

This work is devoted to the analysis of euphemisms in legal discourse from the point of view of identifying their linguistic specificity. Euphemisms are one of the universal communication tools in any language and one of the most common objects of research in the structural-semantic, comparative and linguoculturological works of both domestic and foreign linguists. However, the analysis of euphemisms in legal speeches, which are far from each other in terms of time and stylistic criteria, is not yet fully presented. Therefore, the topic we have chosen is relevant. The object of research in our work is euphemisms in legal discourse, and the subject of research is ways and means of expressing euphemism, features of its functioning in the studied discursive space. The purpose of the research is to study the mechanisms of creation and functioning of euphemisms in legal discourse. This goal involves setting and solving the following tasks: 1) to study the theoretical foundations of the study of euphemisms in domestic and foreign science; 2) consider the functional potential of euphemism in the Russian language and its correlation with other linguistic categories; 3) create an empirical base for analysis (using the method of directional sampling to obtain a group of special legal lexemes from the dictionary of euphemisms of E. P. Senichkina and speeches of court speakers); 4) identify lexemes selected from the dictionary of E. P. Senichkina in the speeches of lawyers of the pre-revolutionary (1860-1917), Soviet (1917-1991) and post-Soviet (1991 - to the present day) stages for their active functioning, as well as describe new euphemisms that were not previously recorded in scientific literature and lexicographic sources; 5) reveal the linguistic specifics of the collected material. The material for this work is the euphemistic vocabulary included in lexicographic sources, and the euphemistic vocabulary functioning in the analyzed speeches of court speakers.

Keywords: euphemism, legal discourse, judicial speech, judicial speakers, Russian language, dictionaries.

Эвфемизм как лингвистическое явление широко изучается в лингвистике (В. П. Москвин, Л. П. Крысин, Е. П. Сеничкина и др.), однако есть определённые дискурсивные пространства, которые практически не изучены с точки зрения функционирования эвфемизмов в них. К одному из таких относится юридический дискурс, в котором существует отдельный пласт лексики, относящийся к элементам тропического характера, однако степень активного использования этих тропов в речевом поведении юриста говорит о том, что таковые явления либо недостаточно изучены, либо недостаточно представлены и описаны.

Д. Н. Шмелев понимает под эвфемизмом «воздержанное от неподобающих слов, смягченное выражение, служащее для замены таких обозначений, которые представляются нежелательными участникам коммуникативного акта» [1, с. 402]. Прагматическое значение эвфемии раскрывается в аспекте речевой коммуникации и отражает свою первоначальную суть с позиции культуры речи и бесконфликтности речевого взаимодействия. Эвфемия как лингвистическое понятие представляет собой обширный и комплексный феномен, который включает в себя множество тематических групп, раскрывающихся в том или ином дискурсе определенной, опирающейся на внешние факторы коммуникации, группой лексем.

В зависимости от того, кто является продуцентом высказываний юридического характера, эвфемия принимает определенное модусное значение. Так, государственный обвинитель и адвокат будут стремиться совершенно по-разному номинировать определённые факты о подсудимом либо потерпевшем. Если человек, употребивший алкоголь, может у одного фигурировать как «*пьяный*», то у другого этот же человек может оказаться «*в состоянии алкогольной интоксикации*». Существуют также и обстоятельства, когда оратору необходимо охарактеризовать употребивших алкоголь людей в рамках одного дела по-разному. Так, адвокат может назвать потерпевшего «*пьяным*», а своему подзащитному используя нужную номинацию придать совершенно иную характеристику (речь А. Куприянова по делу о дорожно-транспортном происшествии, повлекшем смерть потерпевшего).

Говоря о способах использования эвфемии в юридическом дискурсе, можно утверждать, что их существует два вида: эвфемизмы продуцируются из смежных категорий (из фразеологизмов, клише, языковой игры; например, «*бдительное око стражей государственной тайны*» из речи Генри Резника по делу Пасько), а также используются классифицированные эвфемизмы, представленные в словарных источниках.

К одному из таких источников относится словарь эвфемизмов Е. П. Сеничкиной [2]. Благодаря методу направленной выборки, мы установили шестнадцать лексем эвфемистического характера с пометой «юр.», что непосредственно говорит и о прямом и о целенаправленном употреблении этих лексем в юридическом дискурсе. В это число входят следующие лексемы: *антикоррупционное законодательство* вместо законодательство, освещающее проблемы борьбы со взяточничеством, *вести кого-либо* вместо следить за деятельностью кого-либо с целью поймать на преступлении, *высшая мера (наказания)* вместо расстрел, *делинквент* (устар.) вместо преступник, мятежник, *денатурировать* вместо лишить (лишать) гражданства, подданства, *инкриминировать* вместо вменять в вину, *инкриминироваться* вместо вменяться в вину, *интимные услуги* вместо проституция, *контрафактный* вместо незаконный, производимый, осуществляемый с нарушением издательских или авторских прав, *места лишения свободы* вместо тюрьма, *нелегитимный* вместо незаконный, неправомочный, общественно не признанный, *правонарушение* вместо прямого наименования преступления, *привлекать (привлечь) к ответу* вместо судить (осудить), *привлекаться* вместо прямого обозначения быть судимым, *форс-мажор* вместо обстоятельства непреодолимой силы, *форс-мажорные обстоятельства* вместо обстоятельства непреодолимой силы; в бизнесе: непредвиденные, такие, которые

невозможно предусмотреть при заключении сделки и устранить усилиями сторон (стихийные бедствия, социальные волнения, изменение политической ситуации и т. п.).

Если немного углубить процесс поиска эвфемистических элементов судебной лексики, то можно найти в словаре Е. П. Сеничкиной и единицы, где присутствует помета с указанием лексем с основой «судебн.». В каждом эвфемизме, а их было собрано восемь единиц, описание гласит, что пример взят из протокола того или иного судебного заседания. Результаты следующие: *вводить (ввести) в заблуждение* вместо обманывать (обмануть), *гражданский муж* вместо сожитель, *не совместимые с жизнью* вместо смертельные, *не соответствовать действительности* вместо быть ложью, обманом, *половая связь* вместо прямого наименования половых отношений, *скрывать (скрыть) правду* вместо обманывать (обмануть), *супружеский долг* вместо прямого наименования полового акта между мужем и женой, *угощаться (угоститься)* вместо пить (выпить) немного спиртное (спиртного).

Очевидно, что это не замкнутый список эвфемизмов, которые активно функционируют в юридическом пласте. Это лишь засвидетельствованные лексемы в ходе судебных заседаний и в прочих источниках юридического характера.

Кроме вышеуказанных данных, очевидно, в юридическом тексте может с большой долей вероятности встретиться и эвфемизм, который будет иметь помету «офиц.-делов.» в словаре Е. П. Сеничкиной, однако акцент здесь уже будет поставлен на непосредственном отношении этого эвфемизма к элементам судебного текста или речи. Естественно, что любой эвфемизм, найденный в юридическом тексте и не представленный в словаре Сеничкиной, требует специального анализа по критерию принадлежности к той или иной классификации. Но такие эвфемизмы крайне редки. Практически в каждом тексте судебного характера будут иметь место эвфемизмы, представленные в вышеуказанном словаре. Вопрос заключается лишь в том, какое количество эвфемизмов будет присутствовать в том или ином тексте, влияет ли позиция человека, продуцирующего текст (обвинитель или защитник), на количество эвфемизмов в нем, в какой именно микротеме функционируют эвфемизмы. Тем не менее для наглядности можно привести следующие единицы: *лицо с девиантным поведением*, *принимать меры* вместо наказывать или запрещать, *не надлежащим образом* и т. д.

Чтобы дополнить материал юридических эвфемизмов и оценить степень активности использования эвфемизмов в разных микротемах, мы обратились к судебным речам различных ораторов досоветского (сер. XVIII в. – 1917 г.), советского (1917 – 1991 гг.) и постсоветского периодов (1991 г. – по настоящее время). Каждая речь юридического характера в этих периодах будет уникальна не только в силу лингвоперсонологических данных, но и благодаря отражению самого периода в них. Отсюда следует вывод, что эвфемизмы принадлежат разным стилям и подстилям. Так, речи ораторов досоветского характера отличались большим объемом, который получался благодаря активному использованию художественных элементов, следовательно, эвфемизмы данного периода принадлежат художественному стилю. По той же логике речи ораторов советского и постсоветского периодов принадлежат к официально-деловому и публицистическому стилям соответственно.

Перспективы нашего исследования видятся в сопоставлении эвфемизмов с дисфемизмами в судебной речи в аспекте динамики их функционирования.

Литература и источники

1. Шмелев, Д. Н. Эвфемизм / Д. Н. Шмелев // Русский язык: Энциклопедия. – М., 1979. – С. 402.
2. Сеничкина, Е. П. Словарь эвфемизмов русского языка / Е. П. Сеничкина. – М.: Наука: Флинта, 2008. – 464 с.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Денисова Э. С., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81'33

**РЕКЛАМА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В КИТАЕ (НА МАТЕРИАЛЕ САЙТА
ЯЗЫКОВОЙ ШКОЛЫ)**

Цимбалова Т. Е.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

tatyana-cimbalova@yandex.ru

Статья посвящена рассмотрению рекламы с позиций лингвокультурологии. Автор обращает внимание на роль рекламы в сети Интернет. Особый интерес в рамках поставленной проблемы представляет изучение рекламной интернет-коммуникации как семиотического явления, имеющего национально-культурную специфику. Цель данной работы заключается в выявлении своеобразия рекламы образовательных услуг в Китае. На материале сайта школы иностранных языков «新东方» («Синь Дунфан») описывается его устройство, обнаруживаются принципы расположения информации, характеризуются вербальные и невербальные составляющие рекламы. Особое внимание уделяется раскрытию цветового кода, участвующего в создании воздействующего потенциала рекламы образовательных услуг в китайской лингвокультуре.

Ключевые слова: реклама, образовательные услуги, лингвокультурология, интернет-коммуникации, сайт, цветовой код, воздействующий потенциал.

**ADVERTISING OF EDUCATIONAL SERVICES IN CHINA
(BASED ON THE MATERIAL OF THE LANGUAGE SCHOOL WEBSITE)**

Tsimbalova T. E.

Kemerovo State University

The article is devoted to the consideration of advertising from the standpoint of linguoculturology. The author draws attention to the role of advertising on the Internet. The particular interest in this sphere is the study of advertising Internet communication as a semiotic phenomenon that has a national-cultural specificity. The purpose of this work is to identify the peculiarity of advertising educational services in China. The material of the website of the school of foreign languages “新东方” (“Xin Dongfang”) describes its structure, reveals the principles of the location of the information, characterizes the verbal and non-verbal components of advertising. Particular attention is paid to the disclosure of the color code involved in creating the impact potential of advertising educational services in Chinese linguistic culture. **Keywords:** advertising, educational services, linguoculturology, Internet communications, website, color code, acting potential.

Лингвокультурология, будучи одним из направлений современной лингвистики, изучает проблемы взаимодействия языка и культуры. Учёных интересуют вопросы усвоения культуры, ее норм, традиций, ценностей посредством как родного языка, так и иностранных языков [1; 2; 3]. Каждый язык уникален, в нём хранятся национальные особенности, образ мышления, духовная жизнь народа. С самого раннего детства человек знакомится с языком и культурными особенностями страны, в которой он проживает. В. А. Маслова пишет:

«Ведь человек только тогда становится человеком, когда он с детства усваивает язык и вместе с ним культуру своего народа. Все тонкости культуры народа отражаются в его языке, который специфичен и уникален, так как по-разному фиксирует в себе мир и человека в нем» [2, с. 5]. Следовательно, восприятие одного и того же предмета или понятия в различных лингвокультурах может совершенно отличаться. Сферы жизни каждого народа определяют своеобразие его лингвокультуры.

Сфера рекламы не стала исключением в условиях современного мира. Реклама активно представлена на радио, телевидении, в газетах, журналах, на вывесках, баннерах и в сети Интернет. Производители стремятся пополнить свою клиентскую базу и распространить свой продукт, услуги путем рекламирования на просторах Интернета. Образовательные услуги включаются в сферу рекламной коммуникации, анализ которой позволяет увидеть влияние культуры, ее ценностей и стереотипов на отношение к языку и его изучению со стороны потенциальных клиентов.

Цель настоящей работы заключается в выявление особенностей интернет-рекламы образовательных услуг в Китае. Объект исследования – устройство, принципы расположения информации, вербальные и невербальные составляющие рекламы образовательных услуг на сайте языковой китайской школы «新东方» («Синь Дунфан») (Новый восток) [4]. Материал исследования – интернет-сайт указанной школы иностранных языков в Китае.

Сегодня получение образования становится приоритетом для многих людей. Развитие межкультурных коммуникаций, международных и рыночных отношений вызвало необходимость в изучении иностранных языков не только в России, но и в Китае. С каждым годом увеличивается количество школ иностранных языков. При этом многие из них предлагают свои услуги в сети Интернет. Таким образовательным учреждениям, чтобы найти «своего» клиента, необходимо организовывать рекламную деятельность, которая поможет сформировать коммерческое предложение для удовлетворения социальных запросов в сфере образования.

Существует огромное количество определений рекламы, которые свидетельствуют о ее многоаспектности. Это связано с тем, что реклама внедрилась в разные сферы человеческой жизни. Одно из определений рекламы дает Е. В. Ромат: «Реклама – это оплачиваемая целенаправленная деятельность, которая принимает форму воздействия опосредствованного характера, имеющая целью стимулирование (или антистимулирование в антирекламе) конкретных действий объектов, на которых направлено это воздействие с помощью средств рекламы» [5, с. 13]. Реклама способна влиять на сознательную и бессознательную сферу человека, определять его эмоциональный фон.

Ю. К. Пирогова и П. Б. Паршин подчеркивают лингвистическую основу рекламы: «Реклама – это одна из сфер использования языка, где он служит прежде всего инструментом увещательной коммуникации, целью которой является побудить слушающего определенным образом модифицировать свое поведение, в частном (и основном для рекламы) случае – поведение потребительское» [6, с. 1]. При таком подходе реклама рассматривается как одна из форм коммуникации, в которой используются два вида стратегий. Первый – рациональный тип, а второй – эмоциональный тип. Для первого типа характерны, как правило, вербальные формы рекламы, например, рекламные тексты. Второй тип непосредственно связан с такими невербальными каналами, как: шрифт, цветовой код, музыка, стиль рекламы и т. д. Однако все эти виды связаны между собой, а различия считаются условными. Иногда сильное эмоциональное влияние можно создать с помощью вербальных инструментов и, наоборот, с помощью изображений можно дать четкое понимание рекламируемого товара.

Особая роль в рекламной коммуникации отводится пространству Интернета, в частности, сайтам организации. Е. В. Горина отмечает: «Интернет – это особая структура, связывающая массы компьютерных сетей и позволяющая им общаться друг с другом. Это

сложная и в то же время достаточно упрощенная для пользователей система, делающая возможным обмен информацией вне зависимости от местонахождения человека, времени передачи данных, их объема и важности» [7, с. 58]. Интернет-сфера является безграничной. Web-сайты способны содержать информацию и предлагать различные виды услуг, которыми может воспользоваться любой человек. А. П. Рапьев пишет в своей работе: «Известно, что, попав на новый сайт, посетитель в среднем принимает решение оставаться на нем или нет в течение 7 секунд» [8, с. 253]. Следовательно, при создании web-сайта необходимо использовать как вербальные, так и невербальные инструменты, которые помогут удержать потребителя, донести выгоду приобретения именно товара или услуги данной фирмы, в дальнейшем создать потребность в товаре.

Выбранный нами для анализа сайт одной из китайских языковых школ «新东方» – «Синь Дунфан» (Новый восток), по мнению реципиентов – носителей китайского языка, является наиболее известным среди местного населения. По результатам проводимого нами анкетирования, в котором приняли участие 40 китайских реципиентов в возрасте от 18 до 55 лет, второе место заняла школа «新东方». Данная сеть школ существует в более чем 82 городах Китая, в каждом из них работают ее филиалы.

Сайт школы «Синь Дунфан» представляет собой коммуникативную среду, организованную в виде системы информационных блоков. Сайт предлагает посетителям обучение на разных ступенях (дошкольное образование, начальные классы и среднее звено), подготовку к экзаменам, изучение иностранных языков (английский, немецкий, французский, корейский, итальянский и испанский) и обучение в лагерях (как в международных, так и в местных лагерях). Одно из отличий китайского сайта от русских образовательных сайтов состоит в том, что на нем представлен список университетов, необходимое количество баллов и все информация для поступления. В основном обучение в предлагаемых университетах связано с изучением иностранных языков.

Сама информация и ее расположение свидетельствуют о наличии имиджа у рассматриваемой школы. «Имидж марки – это стратегия, рассчитанная на психологическую дифференциацию людей. При ее использовании товар становится символом определенного психологического типа человека, реклама символически закрепляет за той или иной маркой яркий образ человека, его стиль жизни, манеру держать себя и одеваться, характерный для его мира круг предметов или природное окружение и прочее» [6, с.44].

На сайте представлен список преподавателей, имеющих достойные результаты сдачи международных экзаменов и ученую степень. Это свидетельствует о профессионализме и высокой квалификации сотрудников. Помимо этого, на сайте выложены фотографии иностранцев европейской внешности в возрасте от 5 лет и старше, предложения о прохождении международных курсов и стажировок, о сдаче международных экзаменов. Подобная информация демонстрирует возможность установления взаимоотношений с иностранными партнерами, создавая образ высококвалифицированной конкурентоспособной школы. Е. Н. Галичкина выделяет разные жанры коммуникации («вне сети» и «в сети»), тем самым показывает грань между актуальным и сетевым общением [9].

На сайте китайской школы представлена информация о способах изучения иностранного языка: путем самостоятельного обучения (даны специальные материалы), приводится перечень заграничных курсов, онлайн-курсов и путем посещения уроков в группах в школе. Клиентам дается выбор работать напрямую с преподавателем, посещая курсы, либо посредством сети Интернет.

Такое свойство интернет-коммуникации, как когнитивное взаимодействие, организует информационное пространство сайта. По словам Е. В. Гориной, когнитивное взаимодействие возникает тогда, когда «дискурсивные области объединяются, начинают взаимодействовать и порождать новые и новые смыслы, обогащают адресата, дают больше возможностей по работе с информацией» [7, с. 62]. При выборе одного из пункта перед

пользователем (потенциальным потребителем) есть большое разнообразие услуг, которые в свою очередь привлекают внимание. Потребителю предлагаются дополнительные функции, о которых он, возможно, и не задумывался, но благодаря реализации на сайте принципа когнитивного взаимодействия происходит обогащение сознания адресата, что приводит к формированию новых потребностей и мыслей.

Особое внимание следует обратить на цветовое оформление сайта. Предпочтение отдается пяти цветовым оттенкам, значимым для китайской лингвокультуры: зеленому либо синему (для китайцев сине-зеленый цвет воспринимается в единстве), красному, белому, желтому, черному. Эти цвета связаны с временами года, со сторонами света, стихиями, животными и планетами. Данные особенности связи цвета и символики выделили ученые Л. П. Сычев, В. Л. Сычев в 1975 году [10]. Цветовая гамма актуальна и в наше время. Анализируя сайт, можно заметить, что большинство гиперссылок содержит в себе эти цвета. Основной цвет школы – изумрудный. Изумруд в китайской лингвокультуре означает жизненную силу. Выбранная цветовая гамма направлена на создание сильного и влиятельного образа образовательного учреждения в сознании клиентов (посетителей сайта). Цвета могут воздействовать на восприятия человека, на его эмоциональное состояние и побуждать к действиям, в частности, к выбору услуг, предлагаемых именно в этой школе.

Наряду с собственно текстовой информацией (описания учителей школы, образовательных услуг, особенностей сдачи экзаменов) на сайте представлены фотографии китайцев и европейцев, фотографии учителей школы, различные шрифты, графические изображения и т. д. Некоторые вербальные и невербальные компоненты меняются, даются в динамике.

Из вышеизложенного можно сделать вывод о том, что в Китае реклама образовательных услуг представлена многоаспектно, с учетом потребностей разновозрастной аудитории, ее ценностей, особенностей восприятия и ассоциативного мышления.

Список литературы и источников

1. Алефиренко, Н. Ф. Лингвокультурология. Ценностно-смысловое пространство языка: учебное пособие / Н. Ф. Алефиренко. – М.: Издательский центр «Флинта, Наука», 2010. – 226 с.
2. Маслова, В. А. Лингвокультурология / В. А. Маслова. – М.: Издательский центр «Академия», 2001. – 208 с.
3. Телия, В. Н. Русская фразеология: Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. / В. Н. Телия. – М.: Издательский центр «Языки русской культуры», 1996. – 288 с.
4. Сайт школы иностранных языков «新东方» - «Синь Дунфан» (Новый восток): Режим доступа: http://www.xdf.cn/?utm_source=jituan_searchengine_baidu_pc_PP&utm_medium=CPD&utm_campaign=Jituan_baidu_pp_pc_CPP_pinpai&utm_term=biaoti&xdf_source_channel_code=5718a70b6ddacf20343d441d99301536.
5. Ромат, Е. В. Реклама. Теория и практика. 7-е изд. / Е. В. Ромат. – СПб.: Издательский центр «Питер», 2008. – 506 с.
6. Пирогова, Ю. К. Рекламный текст: семиотика и лингвистика / Ю. К. Пирогова, П. Б. Паршин. – М.: Международный институт рекламы, Издательский дом Гребенникова, 2000. – 270 с.
7. Горина, Е. В. Когнитивное взаимодействие как конституирующий признак интернет-дискурса / Е. В. Горина // Известия Уральского государственного университета. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. – 2010. – № 1 (71). – С. 58–66.
8. Рапьев, А. П. Мудрый рекламодатель. 5-е изд. / А. П. Рапьев. – М.: Издательский центр «Эксмо», 2008. – 368 с.

9. Галичкина, Е. Н. Компьютерная коммуникация: лингвистический статус, знаковые средства, жанровое пространство/ Е. Н. Галичкина. – Волгоград: Издательский центр «Парадигма», 2012. – 322 с.

10. Сычев, Л. П. Китайский костюм. Символика. История. Трактовка в литературе и искусстве/ Л. П. Сычев, В. Л. Сычев. – М.: Издательский центр «ИВ АН СССР», 1975. – 172 с.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Проскурина А. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 811.161.1'42

РЕЧЕВАЯ СТРАТЕГИЯ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ В АВТОБИОГРАФИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Чертенкова И. В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

Inna-chertenkova@mail.ru

Настоящее исследование выполнено в русле актуальной научной парадигмы, связанной с изучением естественной письменной речи рядового носителя языка. С учетом тезиса о дискретно-континуальном образовании естественной письменной речи возможно представление ее жанрового поля как такого образования, которое имеет центр и периферию. На периферии естественной письменной речи, в зоне ее сопряжения с другими видами дискурса (официально-делового, художественного и др.) располагаются жанры, совмещающие признаки разных дискурсов. К таким жанрам относится жанр автобиографии. Обозначенный жанр располагается в сфере официально-делового общения, однако по характеру своего языкового воплощения он интегрирует признаки официально-деловой и естественной письменной речи. Жанр автобиографии реализуется посредством различных речевых стратегий. Одной из основных является стратегия самопрезентации, органичная для обозначенного жанра, поскольку субъект повествования (автор текста) нацелен представить себя в выгодном свете перед работодателем. С этой целью он описывает свои личностные качества, достоинства и таланты. Стратегия самопрезентации реализуется посредством ряда тактик, которые в свою очередь эксплицируются с помощью определенных языковых средств.

Ключевые слова: автобиография, дискурс, речевая стратегия, речевая тактика, автор.

SELPRESENTATION SPEECH STRATEGY IN AUTOBIOGRAPHIC DISCOURSE

Chertenkova I. V.

Kemerovo State University

This research is carried out in line with the current scientific paradigm associated with the study of natural written speech of an ordinary native speaker. Taking into account the thesis of discrete-continuous formation of natural written speech, it is possible to imagine its genre field as an education that has a center and periphery. On the periphery of natural written speech, in the area of its interface with other types of discourse (official-business, artistic, etc.), there are genres that combine the features of different discourses. These genres include the genre of autobiography. The designated genre is located in the sphere of official business communication, but by the nature of its language embodiment, it integrates the features of official business and natural written speech. The autobiography genre is implemented through various speech strategies. One of the main

strategies is self-presentation, which is organic for the designated genre, since the subject of the story (the author of the text) aims to present himself.

Key words: autobiography, discourse, speech strategy, speech tactics, author.

Данное исследование включается в научную парадигму, связанную с изучением естественной письменной речи рядового носителя языка [1; 2]. На периферии жанрового поля естественной письменной речи располагаются жанры, совмещающие признаки естественного письменного (бытового) дискурса и дискурса институционального. К подобного рода жанрам относится жанр автобиографии как последовательное описание жизни и деятельности человека. Обозначенный жанр располагается в сфере официально-делового общения, однако по характеру своего языкового воплощения (несмотря на знание автора текста при написании автобиографии соблюдать нормы официально – делового стиля) он интегрирует признаки официально-деловой и естественной письменной речи.

На структуру автобиографического текста и его языковые особенности оказывает большое влияние личность автора. Авторская личность по-разному проявляется в тексте автобиографии.

Чтобы повлиять на адресата (в нашем случае работодателя), автор использует различные речевые стратегии, направленные на реализацию речевой интенции. Под *речевой стратегией* понимается совокупность речевых действий, направленных на решение общей коммуникативной задачи говорящего [3, с. 109].

Цель предпринимаемого исследования – установить особенности реализации тактики самопрезентации в автобиографическом дискурсе.

Фактологическую базу исследования составили 80 текстов автобиографий, собранных авторов настоящей работы в ходе лингвистического эксперимента. Испытуемым (возраст испытуемых в среднем составляет 20-40 лет) предложено написать автобиографию с ориентацией представления этой автобиографии потенциальному работодателю.

Поскольку перед субъектом при приеме на работу стоит задача представить себя в выгодном свете перед работодателем, он использует речевую стратегию самопрезентации, направленную на создание образа идеального (или приближенного к тому) работника (одну из первых классификаций стратегий самопрезентации создали Э. Джонс и Т. Питтман в 1982 г.[4]).

Стратегия самопрезентации реализуется посредством нескольких речевых тактик. Под *речевой тактикой* следует понимать одно или несколько действий, которые способствуют реализации стратегии [3, с. 157].

Обозначим основные особенности реализации стратегии самопрезентации и ее тактики, используемые в автобиографическом дискурсе.

Данная стратегия основывается на желании автора представить себя в самом выгодном свете, описав свои личностные качества, достоинства и таланты. Она реализуется с помощью ряда лексических и грамматических средств. Обозначим их.

1) лексемы, семантика которых позволяет охарактеризовать автора как человека, обладающего определенным набором положительных качеств. К числу таких лексем относятся следующие единицы:

а) мелиоративные прилагательные: *оптимистично настроенный, успешный, достойный, сильный, надежный*;

б) глаголы: *побеждать, знать, вести за собой, быть лидером*.

в) прилагательные в сравнительной и превосходной степени: *лучшие, более надежный, самый сильный* и др.;

2) неперенным атрибутом стратегии самопрезентации является личное местоимение 1 лица ед. ч. Я: *«Два раза я была лучшим работником месяца, меня награждали премией. Я знаю, как нужно управлять коллективом, умею быть лидером и вести за собой команду. На прошлом месте работы меня за это ценили»; «В школе я была старостой, а когда поступила в университет стала участвовать в студенческом активе и заниматься*

танцами. Я люблю быть в центре внимания и общаться с людьми» (сохраняется авторская орфография и пунктуация – И.Ч.).

Данные иллюстрации свидетельствуют о том, что самопрезентация авторов, хотя и предполагает ориентацию на адресата, но, прежде всего, направлена на самоидентификацию, репрезентацию своих собственных особенностей.

Автор автобиографического текста ставят перед собой цель не только привлечь адресата, но и запомниться ему, обозначить свое отличие от других.

Стратегия самопрезентации реализуется посредством ряда тактик.

1. Тактика убеждения.

Специфика уговоров близка к тактике убеждения, но они имеют некоторые психологические отличия.

Уговаривание воздействует на чувства и эмоциональный мир адресата, а убеждение направлено на разум человека. Уговоры – это давление на адресата, «заманивание» его, т. е. своего рода манипуляция, насильственно осуществляемая власть над адресатом. Иными словами, в основе разграничения убеждения и уговоров лежит фактор «насилия над волей адресата», который в случае проявляет себя в системе и способах построения автобиографического повествования фактов о себе.

На основе их семантики можно отделить убеждение от уговаривания, а также обнаружить коммуникативные ходы, доказывающие тактику уговаривания.

Исходя из намерений, психологических особенностей и характера автор автобиографического текста по-разному воздействует на адресата (работодателя), используя тактику убеждения.

Например, автор, описывая свои навыки и умения в работе, использует языковые средства, характеризующие субъекта с самой лучшей стороны: *«Я очень ответственный и пунктуальный, на прошлом месте работы никогда не было нареканий по этому поводу. Всегда исполнительный. Часто получал премии, много благодарственных писем»*; *«Сама по себе я очень целеустремленная, настойчивая и ответственная. Именно эти качества всегда помогают мне в учебе и на работе в кофейне»*;

Скрытая тактика убеждения, используемая автором, положительно влияет на адресата. Еще один из примеров тактики убеждения: *«На прошлом месте работы в «Галине» меня высоко ценили за мои навыки. У меня большой опыт работы, мне поручали крупные проекты, часто отправляли на различные конференции (есть много грамот и дипломов)»*; *«Я долго думала увольняться ли мне, ведь так не хотелось подводить руководство, но я понимала, что нужно совершенствовать свои знания и подниматься выше по карьерной лестнице»*.

Автор обращает внимание адресата на себя, отвлекая на свои положительные моменты, обращая внимание только на успехи в работе, зная, что новому работодателю это будет интересно и важно при приеме на работу нового сотрудника.

2. Тактика демонстрации.

С помощью тактики демонстрации профессионального успеха автор может привлечь внимание адресата на определенные результаты проделанной им работы, на свой опыт работы, профессиональные успехи, заслуги и достижения.

В дискурсе автора употребляются глаголы, в семантике которых отражены достижения, связанные с определенной профессиональной сферой, притяжательные местоимения *мой (мои)*, личное местоимение *Я*: *«Я была лучшим парикмахером в нашем салоне, мои клиенты всегда уходили от меня довольные работой, часто записывались ко мне на месяц вперед»*; *«Когда я закончила университет, то сразу пошла работать в детский сад, там меня порекомендовали в школу, где я работаю до сих пор. Общий стаж работы у меня уже 15 лет»*; *«Я очень творческий человек [] Уже в детском саду я выступала на различных утренниках, потом в школе активно участвовала в жизни школы, сейчас в университете всегда участвую во всех мероприятиях, состою в студенческом совете»*.

3. Тактика «Сдвиг».

С помощью обозначенной тактики происходит ход стратегии положительной самопрезентации: *«Когда устраивалась на работу на прежнее место в «Стройком» было уже в принципе все равно возьмут меня или нет, потому что выбор был куда пойти работать, но я была счастлива и гордилась, что среди 50 кандидатов выбрали именно меня»; «После техникума я знал что уже есть какая-то профессия и не боялся, что останусь без работы. Но времена были такие то зарплату не платили то увольняли всех. Меня взяли на разрез, там 2 года отработал, уже авторитет был, уважали»; «После университета работал в школе 2 года, мне нравилось, меня хвалило руководство, любили дети, но я понимал со временем, что всё-таки это не мое».*

4. Тактика «Неожиданность».

Использование в речи неожиданной или неизвестной информации, чтобы отвлечь собеседника: *«Помимо работы у меня еще был сын, которому было 2 года, и я успевала везде! Не хватаюсь, просто иногда удивляюсь собой, что я такая сильная»; «Я уже во время учебы в школе знала, что буду артисткой, мало того, что я пела, я еще и сыграть любую роль могла! Жаль, конечно, что не знала как в будущем жизнь сложится».*

5. Тактика «Внесение элемента неформальности».

Основана на рассказе о собственных ошибках и их последствиях, чтобы изменить мнение собеседника в свою пользу. Это позволяет автору преодолеть сдержанность и предвзятость: *«Да я и сама понимаю что была виновата и из за чего уволили, но это было мне даже плюсом, ведь потом я попала в такое прекрасное место!»; «Один раз был случай на прежнем месте работы я с клиенткой поссорилась, причем из за пустяка. Говорит ей что то не понравилось, а что объяснить не может, я и понять не могу за что извиняться то, ну написала она на меня жалобу [...] За меня все заступились, клиентка больше к нам не приходила, но меня не уволили, ценили всё таки».*

Таким образом, данная стратегия самопрезентации, реализуемая посредством рассмотренных речевых тактик, позволяет автору автобиографического текста представить себя в выгодном свете перед работодателем, расположить к себе адресата и, в итоге, более эффективно донести определенную информацию о себе, вызвать нужную реакцию. Речевые тактики, задействованные в реализации тактики самопрезентации, эксплицируются посредством ряда языковых (лексических, грамматических) средств в большинстве своем с мелиоративной оценкой.

Литература и источники

1. Лебедева, Н. Б. Естественная письменная русская речь как объект лингвистического исследования / Н. Б. Лебедева // Вестн. Барнауль. гос. пед. ун-та. – 2001. – № 1. – С. 4–10.
2. Рабенко Т. Г. Инвариантные и варианты признаки жанров естественной письменной речи (на материале жанров «личный дневник», «личное письмо», «личная записка») / Т. Г. Рабенко // Жанры речи. – 2020. – № 1 (25). – С. 6–14.
3. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / И. О. Иссерс. – 2008. – 288 с.
4. Jones, E., Pittman, T. S. Toward a general theory of strategic self-presentation // Psychological Perspectives on the Self. V. 1. Hillsdale. NY: Lawrence Erlbaum, 1982.

Научный руководитель – д-р филол. наук, доц. Рабенко Т. Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81'42

ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ПРИЁМЫ СОЗДАНИЯ ОБРАЗА ГЕРОИНИ АНТИУТОПИИ М. ATWOOD “THE HANDMAID’S TALE”

Шот Ю.С.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

В статье описаны основные результаты анализа использования приёмов создания образа главной героини в романе Маргарет Этвуд «Рассказ служанки/ *The Handmaid's Tale*». Раскрывается понятие «художественный образ героя», а также его отличительные черты - творческая типизированность, экспрессивность и самодостаточность. Определено понятие «антиутопии» и его жанровые границы в соответствии с исследовательскими трудами Б.А. Ланина. Кратко изложена информация о самом литературном произведении и об истории, изложенной в нем. В данной работе использован метод контекстуально-интерпретационного анализа. Описан ряд структурных параметров создания образа героини, включающих: портрет, ее внутренний мир, биография, индивидуальные особенности речи и средства психологического анализа. В заключение отмечено, что Маргарет Этвуд использует вариативный репертуар приемов создания образа, создав на выходе целостный, многогранный и самодостаточный персонаж главной героини антиутопии, способный вызвать чувство сопереживания у читательской аудитории. Также намечены перспективы дальнейшего изучения рассматриваемой проблемы в рамках кинодискурса.

Ключевые слова: Художественный образ, художественные приёмы, героиня, анализ, жанр, антиутопия, типизированность.

TECHNIQUES OF CREATING AN IMAGE OF THE DYSTOPIAN HEROINE IN M. ATWOOD'S "THE HANDMAID'S TALE"

Shot U.S.

Kemerovo State University

The paper describes the results of the analysis of the use of techniques for creating the imagery of the main character in the novel "The Handmaid's Tale" by Margaret Atwood. The concept of "Hero Imagery" is defined, as well as its significant features - creative typification, expressiveness and self-sufficiency. Furthermore, the concept of "dystopia" and its genre criteria are given in accordance with B.A. Lanin's research works. Apart from this, concise information about the literary piece under study and its history is presented. The research of the authentic material is based on the method of contextual and interpretative analysis. Some areas of imagery creating techniques include: the heroine's portrait, her inner world, biography, individual speech particularities and means of psychological analysis. As a result, it was noted that Margaret Atwood uses a wide variety of techniques for creating a wholesome, multifaceted and self-sufficient character of a dystopian handmaid capable of evoking a sense of empathy from the readers. Further studies of the discussed topic are considered to be elaborated within the framework of cinematic discourse.

Key words: Imagery, creation techniques, heroine, analysis, genre, dystopia, typification.

Художественный образ главного героя всегда являлся объектом пристального внимания в процессе анализа антропоцентрических произведений, а портрет главного героя в пространстве антиутопии представляет собой интерес особого рода. Причина кроется в отношениях между главным персонажем и его окружением, социумом, политическим строем и т.д. Само устройство антиутопического мира и людей, живущих в нем, принято изучать как с точки зрения адаптации индивидуумов к сложившемуся порядку, так и причин, по которым данное государственное устройство было «одобрено» и принято социумом.

Кроме изучения способов создания художественного образа в литературных работах подобного типа, сопутствующей задачей поэтапного исследования является очерчивание особенностей репрезентации данного феномена в рамках кинодискурса как особого

поликодового пространства. В связи с этим, рассмотрим основные теоретические положения, на которых строится практический анализ эмпирического материала.

Художественный образ персонажа как категория исследуется на междисциплинарном уровне – в литературоведении, философии, антропологии, лингвокультурологии и стилистике – в силу своей многогранности, поэтому и его содержание, и объём получают вариативную интерпретацию. Несмотря на то, что в разных науках неизменно присутствуют определения единицы «образ», они не тождественны между собой. Так, в психологии «образ» включает в себя представление о предмете, его воображение; в семиотике – иконический знак; в литературе – речь [1]. В данной работе за основу принято определение художественного образа, предложенное А. Эсалнек: «это конкретное и в то же время обобщенное лицо или целостная картина, имеющие эмоциональный смысл и воспроизведенные при помощи слов» [2].

Вслед за такими признанными мастерами художественного анализа, как М.Л. Ремнёва, Л.В. Чернец, Л.А. Маркина, А.В. Архангельская, В.Б. Семёнов и др., обозначим наиболее типичные черты художественного образа в произведении. В качестве наиболее важных характеристик, присущих образу, называются: обобщённость (творческая типизированность), экспрессивность и самодостаточность [3]. Вопреки ожиданиям, результатом типизации является не только уподобление изображаемого в произведении жизни среднестатистического представителя читательской аудитории, но и намеренно преувеличенное расхождение, нарушение релятивного образа жизни. В этом случае авторы часто используют приемы гиперболизации, гротеска и символизма, отдаляя саму суть образа героя, а, соответственно, и структуру произведения от «нормальной», знакомой читателю, что подчеркивает индивидуально-авторский стиль и выделяет его на фоне других. Экспрессивность образа заключается в возможности расшифровки авторского отношения к поставленной проблеме или явлению через анализ собственно персонажа, его речи, поступков, размышлений. Наконец, самодостаточность как качество порождает полифонию, возможность сосуществования сразу нескольких интерпретаций данного образа, которые могут соответствовать авторской концепции или же идти с ней вразрез.

Определив основу и особенности образа, рассмотрим особенности жанра произведения, в рамках которого проводится данное исследование. Антиутопия (англ. *Dystopia*), или негативная утопия, как термин был введен в литературоведческую науку Г. Негли и М. Патриком в составленной ими антологии «В поисках утопии» (*“The Quest for Utopia”*, 1952). Большинство исследователей негативной утопии разделяют мнение о том, что этот жанр представляет собой отрицательную ответную реакцию на саму идею утопии, некую имплицитную сатиру, подразумевающую несостоятельность и чрезмерность идей об идеальном устройстве социума и государственного аппарата [4]. Одним из исследователей жанровых границ антиутопии Б.А. Ланиным были выделены ее характерные черты: полемика против утопического замысла; псевдокарнавал; театрализация; эксцентричность главного героя; ритуализация жизни; роль сексуальности; антропоцентричность; аллегоричность; ахроничность; амбивалентность пространства [5].

Материалом для анализа выбран роман Маргарет Этвуд «Рассказ служанки/ *The Handmaid's Tale*». Канадская писательница лично предпочитает относить свое произведение не к научно-фантастическому жанру, а к постмодернистской утопии, обосновывая это тем, что она лишь довела уже существующие в Америке идеи и тенденции до их логического завершения, а не искусственно создала новые.

Действие романа происходит в недалеком будущем – в нем описывается жизнь в стране, что когда-то называлась Соединенными Штатами Америки, а сейчас это Республика Гилеад. Монотеократия, появившаяся в результате социальных волнений и резкого снижения рождаемости, обратилась к опыту репрессивности и нетерпимости первоначальных пуритан, став абсолютной. Данный режим – теологическая диктатура, трактующая Книгу Бытия буквально. Соответственно создание государства и социального строя, основанных на выполнении «заповедей», специфически влияет на образ жизни

женщин и мужчин. Повествование ведется от первого лица главной героини Фредовой (букв.: принадлежащая Фреду, англ. *Offred*), одной из представительниц служанок нового социального порядка. Наиважнейшая цель жизни служанок – родить ребенка своему командору, вследствие этого фертильные женщины получают множество привилегий, а тех, кто свою обязанность выполнить не смог, ссылают на каторгу в радиоактивные колонии. Сюжет разворачивается вокруг Фредовой и событий в ее жизни – как до установления жесткого патриархального порядка, так и после.

Практический анализ текстового материала выявил определенную тенденцию: особенностью использования приёмов для создания образа героини является их вариативность не по количественному, а по качественному признаку – по степени эксплицитности/ имплицитности, объективности/ субъективности и т.п. Ср.:

➤ Портретная характеристика:

“*Everything except the wings around my face is red: the color of blood, which defines us*” – «Все, кроме крылышек вокруг лица, красное: цвет крови, что нас определяет» [6]. “*I never looked good in red*” – «В красном я всегда неважно смотрелась, мне он не идет».

Данные отрезки отражают противопоставление объективного авторского описания и субъективного восприятия своей внешности главной героиней.

➤ Индивидуализация речи:

“*We learned to whisper almost without sound*” – «Мы научились шептаться почти беззвучно» [6]. “*We learned to lip-read, our heads flat on the bed*” – «Мы научились читать по губам».

В приведенных примерах отметим эксплицитное изменение привычных способов коммуникации: с коллегами-служанками Фредова общалась шепотом; с представителями других каст общение велось с помощью клишированных фраз, общепринятых в данном сообществе – «*Blessed day/ Святой день*» вместо «Добрый день» и «*Under His eye/ Пред Его очами*» вместо «До свидания»; с иностранцами общение сводилось к невербальному – кивкам и молчанию.

➤ Внутренний мир героини:

“*She was still my oldest friend. Is*” – «Она была моя самая старая подруга. И есть» [6]. “*I can't let go of this hope. I can't speak*” – «Невозможно лишиться этой надежды. Невозможно говорить» [6].

В первом отрезке имплицитно выражена одна из главных отличительных черт служанки – в ней всегда таится надежда. Эта характеристика центрального образа пронизывает весь роман, порой приобретая эксплицитную форму, как показано во втором примере.

➤ Биография героини:

Предыстория героини изложена не по хронологии и фрагментарно на протяжении всего произведения. По словам Х. Стелс, в романе словно «соединяется прошлое и будущее, видимое и невидимое, сознательное и бессознательное» [7], образуя единую, целостную картину жизни служанки только к концу повествования.

➤ Средства психологического анализа:

В основной части произведения Фредова упоминает, что ни чтение, ни письмо женщинам положено не было, что, казалось бы, должно исключить данный аспект из рассмотрения исследователя. Но в самом конце романа появляется особая глава: в ней группа профессоров и директоров проводят очередной симпозиум по истории Республики Гилеад, пытаются определить некоторых исторических личностей. И в этот момент читателю открывается один из неожиданных поворотов сюжета – все ранее прочитанное, так или иначе, являлось частью аудиодневников, оставленных главной героиней. Данная часть представляет собой новый, вторичный уровень текста и служит эпилогом для всей истории, при этом оставляя конец открытым к интерпретации.

Обобщая вышесказанное, отметим, что Маргарет Этвуд не ограничивает себя в репертуаре средств создания художественного образа героини, виртуозно используя вариативные структурно-композиционные и лингвистические приемы. Служанка Фредова

представлена в совокупности своей личной истории, внутреннего мира, как продукт жесткого политического строя – эти и другие характеристики делают ее многогранным, проработанным персонажем. Подобную полемичность автор выразила в литературно-художественной форме, в то время как существуют также киноадаптации данного произведения, построенные на иных жанрообразующих принципах. В связи с этим, перспектива дальнейшего исследования тематики настоящей работы видится в рассмотрении способов репрезентации образа героини в рамках кинодискурса.

Литература и источники

1. Островский А.Н., Чехов А. П. и литературный процесс XIX-XX вв.: Сборник статей в память об Александре Ивановиче Ревякине (1900-1983) / РАН. ИНИОН. Центр гуманитар. науч. -информ. исслед. Отд. литературоведения; Редколл.: Ревякина А. А. (отв. ред., сост.), Ревякина И. А. (ред. -сост.) и др. - М.: Intrada, 2003. - 608 с.
2. Эсалнек А. Я. Основы литературоведения. Анализ художественного произведения: Учебное пособие. - М.: Флинта: Наука М., 2004. - 112 с.
3. Скиба В.А., Чернец Л.В. Образ художественный/ Введение в литературоведение / Под ред. Л.В. Чернец [1999] Изд. 2-е. М., 2006. С. 141-147.
4. *Claeys G. Dystopia: A Natural History: A Study of Modern Despotism, Its Antecedents, and Its Literary Diffractions.* - Oxford: Oxford University Press, 2017. - 556 p.
5. Ланин Б. А. Анатомия литературной антиутопии / Общественные науки и современность. - 1993. - № 5. - С. 154-163.
6. Этвуд М. Рассказ Служанки. М.: Эксмо, 2010. 352 с.
7. *Staels H. Margaret Atwood's The Handmaid's Tale: Resistancethrough Narrating Power / Margaret Atwood's The Handmaid's Tale.* Philadelphia: Chelsea House Publishers, 2001. P. 113-126.

Научный руководитель - канд. филол. наук, доц. Омеличкина С.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 811.161.1'42

ТИПЫ КОНФЛИКТОВ В ДНЕВНИКОВОМ ЖАНРЕ

Штерцер Т.В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

t.shtertser@mail.ru

В данной статье понятие конфликта рассматривается в аспекте его коммуникативной реализации в дневниковом жанре. Апробируется научная гипотеза о том, что в дневниковых записях речевой конфликт протекает в опосредованной (скрытой) форме, когда происходит умалчивание, уход от «живого» конфликта с реальным лицом. Личный дневник служат средством исповедальности, позволяющим автору проанализировать произошедшую конфликтную ситуацию, разобраться в ее причинах, «найти виноватого» и получить некоторую эмоциональную разрядку. Обнаруживаются типы межличностных конфликтов, реализуемые в тексте дневниковых записей: мотивационные, обусловленные разными интересами потенциальных участников конфликта; когнитивные, связанные с ценностными представлениями коммуникантов; ролевые, базирующиеся на различных представлениях о социальных ролях участников конфликта.

Ключевые слова: лингвоконфликтология, речевой конфликт, конфликт, личный дневник, дневниковый жанр.

TYPES OF CONFLICTS IN THE DIARY GENRE

Shtertser T.V

In this article, the concept of conflict is considered in the aspect of its communicative implementation in the diary genre. The scientific hypothesis is tested that in diary entries speech conflict occurs in an indirect (hidden) form, when there is a silence, a departure from the «live» conflict with a real person. The personal diary serves as a confessional tool that allows the author to analyze the conflict situation that occurred, understand its causes, «find the culprit» and get some emotional release. The types of interpersonal conflicts that are implemented in the text of diary entries are found: motivational, due to different interests of potential participants in the conflict; cognitive, related to the value representations of communicants; role-based, based on different ideas about the social roles of participants in the conflict.

Key words: linguoconflictology, speech conflict, interpersonal conflict, personal diary, diary genre.

Лингвоконфликтология является одним из активно развивающихся направлений современного языкознания. Данное направление занимается изучением деструктивного речевого поведения – механизмов возникновения коммуникативных конфликтов, методов изучения и алгоритмов предупреждения в конкретных речедетельностных ситуациях, и, кроме того, развивается как теоретическая база лингвистической экспертизы, как вузовская дисциплина при подготовке экспертов-речеведов и журналистов. Обозначенный раздел лингвистики носит междисциплинарный характер, поскольку в нем интегрируются достижения социолингвистики, лингвистики текста, когнитивной лингвистики, стилистики и риторики. Центральным понятием лингвоконфликтологии является понятие «конфликт».

Конфликт как социальный феномен является объектом исследования многих научных областей: юриспруденции [1], социологии [2], психологии [3], педагогики [4], лингвистики [5, 6, 7]. Это естественно, ибо онтологическая природа самой конфликтности предполагает междисциплинарный подход к рассмотрению данного явления. Внимание представителей разных сфер научных знаний сконцентрировано на разноаспектном описании конфликтности. Так, социологический и политологический аспекты направлены на выявление и описание столкновений, вызванных борьбой противоположных интересов между социальными группами; психологический аспект рассмотрения конфликтности акцентирован на выделении ситуаций, вызванных столкновением противоположных позиций субъектов взаимодействия.

В лингвистике понятие «конфликт» соотносится с понятиями «речевой конфликт», «конфликтный коммуникативный акт», «коммуникативный конфликт» и рассматривается с позиции его участников: отправителя речи (адресанта) и получателя (адресата), а также противоречий, которые существуют между ними.

В лингвистической парадигме коммуникативный конфликт определяется как противонаправленная интеракция, в которой одна из сторон в ущерб другой сознательно и активно совершает речевые действия, которые могут выражаться в речевой агрессии [9]; как речевое столкновение, основанное на агрессии, выраженное вербальными средствами [8, с. 97].

Целью предпринимаемого исследования является описать типы конфликтов в дневниковом жанре. В настоящем исследовании выдвигается тезис о том, что в дневниковых записях проявляются речевые конфликты, которые протекают либо в абстрагированной скрытой форме (когда происходит умалчивание, уход от «живого» конфликта с реальным лицом, либо служат средством исповедальности (в то время как конфликт уже реализован, но участник испытывает потребность проанализировать произошедшую конфликтную ситуацию).

В качестве фактологической базы в данной работе используются архивные материалы Лаборатории естественной письменной речи КемГУ (всего более 20 дневников).

В основу настоящего исследования положена типология межличностных конфликтов российского психолога В. П. Шейнова [10, с. 34].

С учетом предложенной классификации выделяются следующие типы конфликтов в тексте личного дневника.

1. **Мотивационные конфликты**, относящиеся к конфликтам интересов. Данный тип конфликта затрагивает цели, планы, устремления, мотивы участников, оказывающиеся несовместимыми или противоречащими друг другу: *Надю иногда не понимаю. Она бывает такая отреченная, нервная, молчаливая. А мне хочется, чтобы мои подруги умели уважать меня, и когда я рядом, они не должны грустить* (здесь и далее сохраняется авторская орфография и пунктуация).

3. К числу субъективных факторов возникновения конфликтов В. П. Шейнов относит поведенческие факторы. Обозначим их.

– обман: *А потом я узнала, что они везут меня домой, а сами пойдут гулять. И тут меня взяла такая обида, не помню, как я удержалась от слез;*

– намеренное игнорирование одного субъекта другим: *Я поехала к Марине с одной целью – увидеть Алексея. Но А. не обращал на меня никакого внимания;*

– эгоистичность и грубость по отношению к потенциальному собеседнику: *Я начала плакать и встала на колени, но он стоял и говорил, что все кончено навсегда;*

– необоснованное ущемление интересов другого: *Он сильно от меня требует, говорит, что ему все можно, а я должна сидеть дома и никуда не ходить, ждать его.*

2. **Когнитивные (ценностные) конфликты**, в которых разногласия между автором текста и его потенциальными собеседниками связаны с их противоречащими друг другу или несовместимыми представлениями, имеющими для них особое значение: *Что я буду делать, если Маша меня предаст, или я сделаю что-то неправильно?*

Автор нуждается в эмоциональном равновесии и стабильности, но не получает его вследствие обратного поведения собеседника: *А Котовщиков – дебил! То он безумно любит, то оскорбляет, то невыносимая ревность ко всему мужскому полу. В систему ценностей автора дневника (молодой девушки) включается стремление к построению семьи, однако ее молодой человек заключать брачный союз не намерен: А.Ш. хочет со мной построить семью, а А.К. – развлекаться.*

3. **Ролевые конфликты**, возникающие из-за нарушения индивидом норм или правил взаимодействия с окружающими. Причиной данного типа конфликтов могут послужить различные представления о склонностях и привычках: *Дети уже ругаются: Коля приходит домой чуть «тепленький», обмывают они на работе звания, повышения; С А.Ш. поругались вчера из-за того, что я курила. Сказал, что не выносит курящих девушек.*

Модель поведения, представленная автором дневникового текста, не соответствует ролевым представлениям потенциального собеседника о поведении супруги в социальной системе «муж – жена»: *Танцевала с Сашей, Колей Фофакowym и целовались в щечку, а Кудрявцев с утра скандал мне закатил.*

Таким образом, в исследуемом материале выделяются следующие типы межличностных конфликтов: мотивационные, обусловленные разными интересами потенциальных участников конфликта; когнитивные, связанные с ценностными представлениями коммуникантов; ролевые, базирующиеся на различных представлениях о социальных ролях участников конфликта. Возникновение межличностных речевых конфликтов объясняется фактором появления фрустрированности – особого психического состояния, возникающего вследствие реальной или воображаемой помехи, препятствующей достижению субъектом некой цели.

Чувство неудовлетворенности, обиды, непонимания и пр., возникающее при взаимодействии с партнерами по коммуникации и лежащее в основе конфликта, выливается на страницы дневниковых записей. Автокоммуникация дневникового жанра [11] позволяет автору разобраться в создавшейся конфликтной ситуации, «пропустить ее через себя»,

возможно, «выпустить пар» и посредством этого получить некоторое эмоциональное облегчение.

Литература и источники

1. Дмитриев, А. В. Юридическая конфликтология / А. В. Дмитриев, В. П. Кудрявцев, С. В. Кудрявцев. – М.: ИНИОН РАН, 1993. – 212 с.
2. Петровская, А. Д. О понятийной схеме социально-психологического конфликта / А. Д. Петровская // Теоретические и методологические проблемы социальной психологии. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1977. – С. 126–143.
3. Гришина, Н.В. Психология конфликта / Н. В. Гришина. – М.: Питер, 2008. – 538 с.
4. Будина, Е. В. Речевое поведение учителя с установкой на конфликт / Е.В. Будина, В.С. Третьякова // Проблемы лингвистического образования школьников: Матер. науч.-практич. конф., Екатеринбург, 28–29 марта 2000 г. – Екатеринбург, 2000. – С. 96-101.
5. Кара-Мурза, Е. С. Лингвоконфликтология как направление в духе экологии языка / Е. С. Кара-Мурза // Экология языка и коммуникативная практика. – 2014. – № 2. – С. 55–68.
6. Третьякова, В. С. Конфликт в лингвистических категориях / В. С. Третьякова // Юрислингвистика-10: лингвоконфликтология и юриспруденция: межвуз. сб. науч. ст. Барнаул; Кемерово: Изд-во Алт. ун-та. – 2010. – С. 141–149.
7. Чернышова, Т. В. Основы лингвоконфликтологии: учебн. пособие / Т. В. Чернышова. – Барнаул: Алт. гос. ун-т, 2017. – 190 с.
8. Горелов, И. Н., Основы психолингвистики: учебн. пособие / И. Н. Горелов, К. Ф. Седов. – М.: Лабиринт, 2004. – 328 с.
9. Голев, Н. Д. Лингвоконфликтология / Н. Д. Голев, Н. В. Обелюнас // Эффективное общение (базовые компетенции): слов.-справ. – Красноярск: Сиб. фед. ун-т, 2014. – С. 279–280.
10. Шейнов, В. П. Управление конфликтами / В. П. Шейнов. СПб.: Питер», 2014. – 287 с.
11. Рабенко, Т. Г. Жанры естественной письменной русской речи в вариантологическом аспекте: Дис. ... д-ра филол. наук / Т. Г. Рабенко. – Кемерово, 2018. – 356 с.

Научный руководитель – д-р филол. наук, доц. Рабенко Т.Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

ПРОБЛЕМЫ МЕТОДИКИ ПРЕПОДАВАНИЯ ФИЛОЛОГИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН В ШКОЛЕ И ВУЗЕ

УДК: 811.161.1'243 + 81'373

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ МЕТАТЕКСТА КАК ЭКСПЛИКАТОРА МЕТАЯЗЫКОВОГО УРОВНЯ ИЗУЧЕНИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА КАК ИНОСТРАННОГО

Алексеева Д. О.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

В тезисном плане рассматриваются возможности использования метатекста как эффективного методического приема при изучении русского языка как иностранного. Особенностью метатекстового пространства является аутентичность, информационность и взаимосвязь частей текста, что способствует развитию речевой деятельности, где особое внимание уделяется письму и письменной коммуникации. Также в качестве усвоения, комплексного применения, систематизации и обобщения знаний и умений рассматривается работа по созданию собственного метатекста обучающимися. В качестве диагностической работы 15 студентам предлагается текст для анализа и последующие задания по тексту. Ответы иностранных студентов рассматриваются через количественный (подсчёт ошибок) и качественный (соотнесение содержания работ правила русского языка) анализ. Данный анализ показывает, что важно не только давать комплекс знаний о языке как системе, но и формировать умение выражать свои мысли в письменной коммуникации. Результаты проведенного исследования показывают, что метатекст является экспликатором знаний русского языка у иностранных студентов, служащим надёжным инструментом мышления, стимулирующим говорение, слушание и чтение на русском языке как иностранном; позволяющим учителю осуществлять дифференцированное обучение, выбирая для иностранных студентов с разными уровнями подготовки задания разного уровня сложности.

Ключевые слова: русский язык как иностранный, методика преподавания русского языка, текст, метатекст, речевая рефлексия, языковая рефлексия.

THE FUNCTIONING OF THE METATEXT AS EXPLICATOR METALINGUISTIC LEVEL STUDY RUSSIAN LANGUAGE AS A FOREIGN

Alexeeva D.

Kemerovo State University

In the thesis plan, the possibilities of using metatext as an effective methodical reception in the study of the Russian language as a foreign one are considered. The peculiarity of metatext space is authenticity, information and interrelation of parts of the text, which contributes to the development of speech activity, where special attention is paid to writing and written communication. Also, as an assimilation, complex application, systematization and generalization of knowledge and skills, the work on the creation of their own metatext by students is considered.

15 students were offered text for analysis and subsequent tasks on the text as a diagnostic work. The answers of foreign students are considered through quantitative (error counting) and qualitative (correlation of the content of the works of the Russian language rule) analysis. This analysis shows that it is important not only to give a complex of knowledge about language as a system, but also to form the ability to express oneself in written communication.

The results of the research show that metatext is an explicator of Russian language knowledge among foreign students, serving as a reliable means of thinking that stimulates speaking, listening and reading in Russian as a foreign language; allowing the teacher to carry out differentiated

education, choosing for foreign students with different levels of preparation of the task of different levels of complexity.

Key words: Russian as a foreign language, Russian language teaching methodology, text, metatext, speech reflection, verbal reflection, language reflection, linguistic reflection.

Приступая к изучению русского языка, иностранцы знакомятся с базисными грамматическими явлениями русского языка, так как в дальнейшем в своей речевой практике они должны адекватно определять структурную модель предложения, выбирать необходимые для продуцирования высказывания слова, расставлять их на свои места и сочетать их в предложении, используя при этом нужные формы, в соответствии с правилами русской грамматики. Эти операции должны производиться автоматически, когда произвольное внимание сосредоточено на содержании высказывания. То есть, иностранные студенты изучают не чистую теоретическую грамматику, лексику и фонетику русского языка, а обучаются речевой деятельности на русском языке в четырёх её основных видах (слушание, говорение, чтение и письмо), причём главное внимание на начальном этапе уделяется именно письменной речи. Владение письмом как видом коммуникативной деятельности возможно лишь на основе выработки различных навыков, среди которых грамматические навыки, бесспорно, играют очень важную роль.

В связи с этим, на начальном этапе изучения иностранными гражданами русского языка целесообразно познакомить их с кратким теоретическим описанием грамматической системы русского языка на родном языке или языке-посреднике, что положит начало формированию грамматических знаний и явится фундаментом для их дальнейшего наращивания. Средством проверки овладения навыками письменной речи иностранными студентами может выступать метатекст.

Термин метатекст был введен в 1967 французской исследовательницей, теоретиком постструктурализма Ю. Кристевой. Он использовался для обозначения всеобщего свойства текстов, состоящего в наличии определенных взаимосвязей, которые позволяют частям текста ссылаться друг на друга.[3, с. 102]

В методике обучения иностранных студентов русскому языку метатекст рассматривается как форма проверки знаний обучающихся. В методической литературе, посвященной вопросам контроля знаний и умений учащихся в различных видах речевой деятельности, предлагается определенный набор показателей степени сформированности навыков и умений в области обучения письменной речи, относящейся в большей степени к начальному этапу обучения: адекватность задания теме, соблюдение логики изложения, информативность высказывания, объем или длина высказывания, соответствие языковых средств этапу обучения и правильность их употребления, соблюдение временного регламента выполнения работы.[2, с. 74]

Работа с метатекстом предоставляет большие возможности для анализа языкового материала, что указывает на возможности его применения в качестве оценки знаний обучающихся, особенно иностранных студентов, изучающих русский язык. Работа по созданию метатекста может присутствовать на учебных занятиях разных типов: усвоения новых знаний, комплексного применения знаний и умений, актуализации знаний и умений, систематизации и обобщения знаний и умений, контроля знаний и умений и др.

Работа по созданию метатекста на уроках русского языка как иностранного позволяет учителю комплексно решать разные задачи: обучать орфографии, пунктуации, при этом развивать речь, мышление иностранных студентов, побуждать их к обсуждению разных проблем; понимать и строить метатекст собственного высказывания.

О.П. Быковой разработан алгоритм работы по созданию метатекста на уроках русского языка как иностранного:

- чтение текста;
- работа со словами и выражениями, значение которых неясно;

- определение эмоционального воздействия текста на студентов;
- поиск главной информации, уточнение темы, основной мысли текста;
- определение смысловой цельности, речевой связности текста;
- частичный стилистический анализ;
- определение ведущего типа речи;
- создание интонационной карты текста;
- организация лингвистического исследования или проведение лингвистического эксперимента на элементарном уровне;
- вывод о роли того или иного языкового явления в речи;
- сопутствующее повторение;
- создание собственного устного или письменного высказывания как продолжения работы над текстом. [1, с. 11]

С целью определения особенностей использования метатекста как экспликатора уровня знания русского языка нами было организовано и проведено экспериментальное исследование 15 иностранных студентов (таджики, узбеки, киргизы), изучающих русский язык.

В процессе проведения диагностической работы иностранным студентам был предложен текст для анализа, и даны задания к нему. Работы иностранных студентов были повергнуты количественному и качественному анализу. Количественный анализ осуществлялся посредством подсчета ошибок, допущенных иностранными студентами, качественный – посредством соотнесения содержания выполненных работ студентами с правилами русского языка.

В ходе анализа работ было установлено, что в письменной продуктивной речи иностранных студентов наблюдаются следующие типы грамматических ошибок:

1. Словообразовательные ошибки.

В 15 письменных иностранных студентов было допущено 16 словообразовательных ошибок. Коммуникативно-значимые ошибки не часты, но с учетом большого удельного веса потенциально коммуникативно-значимых ошибок, на уроках РКИ, по всей видимости, следует уделять большее внимание словообразованию в русском языке (словообразовательным формантам, моделям и типам).

Вероятно, что в основе ошибок словообразования у иностранных студентов лежит внутриязыковая интерференция. Словообразовательные ошибки в речи иностранных студентов реально / потенциально коммуникативно значимы. Из 16 словообразовательных ошибок 12 ошибки являются коммуникативно-значимыми. Потенциально коммуникативно-значимые ошибки образуют половину всего банка ошибочного словообразования.

Следовательно, иностранные студенты предпочитают употреблять готовые словоформы, а не использовать словообразовательный инструментарий языка. Словотворчество, словосочинительство, свободное оперирование словообразовательными средствами изучаемого языка позволяет, как известно, говорящему выразить мысль в ситуации отсутствия в словарном запасе той или иной лексической единицы.

2. Морфологические ошибки (рис. 1): отклонения от нормы в родовой характеристике имени существительного, ненормативное образование падежных форм в парадигме множественного числа имени существительного, использование указательного местоимения вместо личного, ненормативное образование личных форм глагола, употребление инфинитива вместо личной формы глагола, употребление одной видовременной формы глагола вместо другой, смешение в употреблении глаголов однонаправленного / разнонаправленного движения.



Рис. 1 Анализ морфологических ошибок

Анализ морфологических ошибок обнаружил значительный перевес ошибок в употреблении и образовании глагольных форм над ошибками в употреблении и формообразовании имени существительного и местоимения. Среди ошибок в употреблении и образовании глагольных форм ведущую позицию (30%) занимают ошибки, связанные с употреблением прошедшего времени глагола вместо инфинитива. Эти ошибки не являются коммуникативно-значимыми в случае отсутствия случайной омонимии (омоформии), в противном случае – становятся коммуникативно-значимыми.

Второе место по частотности и объему занимают ошибки в употреблении одной видовой формы вместо другой. Эти ошибки составляют 26% от общего числа в банке морфологических ошибок. Третье место занимают отклонения от нормы в образовании личных форм глагола (23% ошибок). Последние из указанных ошибок характерны не только для речи иностранных студентов, но и для онтогенеза речи носителя языка и объясняются действующим в языке законом аналогии: и иностранных студенты, изучающие РКИ, стремятся образовать формы глаголов непродуктивных классов и групп по моделям продуктивных классов глаголов (прежде всего, I продуктивного класса).

3. Синтаксические ошибки: нарушение норм беспредложного управления, нарушение норм предложенного управления (замена / отказ от использования предлога / гиперкоррекция), нарушение согласования, нарушение порядка слов.

Таким образом, трудности в обучении письменной русской речи обусловлены не только недостаточным знанием графико-орфографической системы изучаемого языка, но и незнанием культуры письменной речи. При обучении русскому языку крайне важно не только давать комплекс знаний о языке как системе, но и формировать умение выражать свои мысли в письменной форме, чтобы по возможности улучшить общую грамотность (общее «качество») письменной речи иностранных студентов.

Проведенное исследование доказывает, что метатекст может выступать экспликатором знаний русского языка, а использование метатекста на уроках русского языка как иностранного является эффективным методическим приемом, позволяющий формировать и развивать основные виды компетенций иностранных студентов: языковую, лингвистическую и коммуникативную, а также стимулировать познавательную активность и учебную мотивацию обучающихся.

Литература и источники

1. Быкова, О. П. Обучение русскому языку как иностранному в иноязычной среде (на примере южнокорейских университетов) : автореф. дис... канд. пед. наук: 13.00.02 / О. П. Быкова; Государственный институт русского языка имени А. С. Пушкина. – Москва : МГУ, 2011. – 43 с.;

2. Зимняя, И. А. Психология обучения иностранным языкам в школе / И. А. Зимняя. – Москва : Просвещение, 1991. – 365 с.;

3. Черницкая, Л. А. Инвариантность в художественном метатексте / Л. А. Черницкая. – Москва : Реноме, 2015. – 312 с.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Чабаненко М.Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК374.72

ОБУЧЕНИЕ ВЗРОСЛЫХ ГОВОРЕНИЮ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Байлук А. И.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

arina.bayluk@mail.ru

В данной статье рассмотрены принципы обучения и способы развития навыков говорения на английском языке у людей третьего возраста с учетом их психологических особенностей. Число людей, относящихся к данной группе, с каждым годом увеличивается. После выхода на пенсию многие стремятся сохранить прежний уровень социальной активности, заменяя профессиональную деятельность общественной, волонтерской, образовательной или досуговой. В связи с выходом на пенсию появляется больше свободного времени для совершенствования своих навыков и развития новых. Предметом исследования являются методы формирования навыков говорения на английском языке при обучении взрослых. Развитие навыков говорения в рамках коммуникативного подхода занимает главное место при обучении английскому языку, в том числе и в рамках концепции непрерывного образования. В связи с этим возникает потребность в изучении методов обучения навыкам говорения на иностранном языке людей третьего возраста. В данной работе были проанализированы возможности ролевой игры как метода обучения. Результаты позволяют сделать вывод, что для людей третьего возраста данный метод является наиболее эффективным. Также в статье представлены преимущества изучения иностранного языка в данной возрастной группе (улучшение памяти, поддержание общего интеллектуального уровня и др.)

Ключевые слова: обучение, навыки говорения, взрослые, английский язык, коммуникативный подход

TEACHING ADULTS TO SPEAK ENGLISH

Bayluk A. I.

Kemerovo State University

This article discusses the principles of teaching and ways to develop English speaking skills of adults, taking into account their psychological characteristics. The number of people belonging to this group increases every year. Having retired, many people try to keep up the former level of social activity, thus substituting their professional duties with community service, volunteer work, education or leisure activities. Retirement gives them more free time to improve their skills and develop new ones. The subject of the research is methods of developing English speaking skills of adults. The development of speaking skills according to the communicative approach takes the main place in teaching English. It takes place in the concept of continuing education. In this regard, there is a need to study methods of teaching adult to speak a foreign language. This work analyzes the potential of the role-playing game as a method of teaching. It results in the conclusion that this method is the most effective to teach adults to speak a foreign language. The article also presents the advantages of learning a foreign language at this age (improving memory, maintaining general intellectual level, etc.)

Key words: teaching, speaking, adults, the English language, communicative approach

В современном мире возрастает роль иностранных языков как средства общения и взаимодействия различных культур. Основная цель многих людей, которые начинают изучать иностранный язык – овладеть навыками говорения на данном языке. В процессе обучения этому навыку могут возникать различные трудности, такие как отсутствие регулярной языковой практики, дефицит словарного запаса, застенчивость студентов и так далее. Возникает потребность в более тщательном изучении данного процесса и нахождении путей решения трудностей.

Согласно данным сайта федеральной статистики «Росстат» численность населения Российской Федерации на 2019 год составляет 146,8 млн. человек. Из них численность людей третьего возраста – 36710 тыс. чел. [1]. Начиная с 2005 года, доля населения старше трудоспособного возраста увеличилась на 5%. В связи с увеличением числа людей третьего возраста возникает потребность в их адаптации к новым условиям жизни после выхода на пенсию.

Изучением особенностей процесса восприятия и усвоения новой информации взрослыми занимается *андрагогика* (греч. *Андрос* – взрослый человек, мужчина) – область педагогики, в которой рассматриваются теоретические и практические проблемы образования взрослых с учетом их особенностей (сформированности черт личности, имеющегося жизненного опыта, культурных, образовательных и профессиональных запросов, преобладания самообразования и самовоспитания и др.) в системе непрерывного образования [2].

Ведущий научный сотрудник лаборатории общих проблем дидактики, доктор педагогических наук М. В. Кларин к числу особенностей обучающихся взрослых относит: стремление к самостоятельности, жизненный опыт, практическую направленность [3].

Главной задачей образования взрослых является развитие умений и навыков необходимых для удовлетворения их потребности в самореализации, развитии творческих способностей в современном постоянно изменяющемся обществе. В наше время все более значимой становится концепция непрерывного образования (*Lifelong Learning*). Принципы *Lifelong Learning*, которые поддерживаются документами Болонского процесса, трактуют обучение как постоянное целенаправленное освоение новых знаний для их практического применения в условиях общества, основанного на экономике знаний [4].

Основные *принципы* обучения английскому языку людей третьего возраста:

- Постоянная коммуникация. Главная цель коммуникативных заданий – избавиться от неуверенности и чувства страха перед говорением на английском языке.
- Использование разнообразных визуально-вспомогательных средств.
- Присутствие аудирования на каждом занятии. Можно использовать видеосюжеты и кинофрагменты (длительностью примерно 1 мин.) [5].

Главной целью обучения иностранному языку является развитие умения использовать его в реальных ситуациях. Доктор педагогических наук, профессор Г. В. Колшанский полагает, что "...знание отдельных элементов языка, как то: отдельных слов, отдельных предложений, отдельных звуков – не может быть отнесено к понятию владения языком как средством общения... владение языком должно рассматриваться в плане способности участвовать в реальном общении" [6].

Устная речь всегда обусловлена речевой ситуацией. Речевая ситуация – совокупность обстоятельств, в которых реализуется общение, система речевых и неречевых условий общения, необходимых и достаточных для осуществления речевого действия [7]. Существуют реальные и учебные речевые ситуации. При обучении иностранному языку в программе имеется список речевых ситуаций в соответствии с темами, изучаемой грамматикой и лексикой. Например, в учебнике *Speakout 2nd Edition Starter* в 3 разделе под названием "Things" предлагается речевая ситуация "Ordering in a cafe". В процессе изучения данной темы студенты изучают правила интонации, составления специальных и альтернативных вопросов, а также слова по теме "Food and drink" [8].

Коммуникативный подход на протяжении многих лет занимает ведущую роль при обучении английскому языку во всем мире. Для него характерны субъектно-субъектное общение, то есть при такой схеме студент занимает активную позицию. Данный подход стимулирует самостоятельность студентов, их творческую деятельность. При коммуникативном подходе важным пунктом является учет интересов, опыта, мировоззрения студентов.

Широкие возможности для активизации учебного процесса в рамках коммуникативного подхода дает использование ролевых игр. *Ролевая игра* – это речевая, игровая и учебная деятельности одновременно. Наибольший интерес для обсуждения предоставляют темы, непосредственно связанные с повседневной жизнью слушателей курсов, в первую очередь, *социально-бытовая* сфера. Коммуниканты должны находиться в относительно равных взаимоотношениях друг с другом, что позволяет преодолеть психологический барьер (страх допустить ошибку) и подготовить участников коммуникации к ответу.

Рассматривая ролевые игры на предмет готовности к ним важно отметить, что при обучении иностранному языку именно взрослых людей можно применять все формы игр (как подготовленные, так и спонтанные), поскольку взрослые участники такой игры обладают, в отличие от детей, необходимым жизненным опытом, диктующим определённые правила и нормы поведения в конкретных жизненных ситуациях.

В процессе организации учебного материала с помощью ролевых игр необходимо помнить о культурной составляющей языка, а также всевозможных атрибутах, позволяющих воссоздать наиболее естественную обстановку. Такая атмосфера на занятии по иностранному языку располагает обучающихся к общению и позволяет усваивать знания в ненавязчивой форме, что соответствует современным принципам обучения.

Личный педагогический опыт и анализ психолого-педагогической литературы позволяют сделать следующие выводы:

- При обучении взрослых людей преподаватель должен работать в соответствии с такими принципами андрагогики, как индивидуализация и гибкость обучения, компактность и ускоренность обучения, адаптивность, авторизованный подход взрослого обучающегося к процессу обучения.

- Изучение английского языка в данном возрасте приносит много преимуществ (улучшение памяти, поддержание общего уровня интеллектуальных способностей, развитие творческих способностей, развитие коммуникативных навыков и др.) при правильном построении общения между преподавателем и обучаемыми, а также среди участников курсов.

- Для развития навыков говорения стоит применять коммуникативную методику как основную. Эта методика помогает сделать учеников активными участниками обучения, стимулирует их умственную и самостоятельную работу, развивает речь.

- В рамках курсов иностранных языков наиболее эффективной формой работы будет ролевая игра на социально-бытовые темы при равноправном участии всех слушателей курса, в том числе преподавателя. Это могут быть как игры по заранее подготовленному сценарию, так и спонтанные. Данный вид игры является самой точной моделью общения, так как она подражает действительности в самых существенных чертах и в ней, как и в жизни переплетается речевое и неречевое поведение партнеров.

Литература и источники

1. Численность населения по данным Росстат [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosinfostat.ru/stat/> (Дата обращения: 05.02.2020)
2. Полонский, В.М. Словарь по образованию и педагогике / В. М. Полонский. – М.: Высшая школа, 2004. – 512 с.
3. Кларин, М. В. Педагогическая технология в учебном процессе / М. В. Кларин. – М.: Знание, 1998. – 77 с.

4. Armitage, A., Evershed, J. and others. Teaching and Training In Lifelong Learning / A. Armitage, J. Evershed and others. – Berkshire: Open University Press, 2012. – 352 p.
5. Афанасьева Л. С., Савина, Т. В. Особенности преподавания английского языка пожилым людям в рамках концепции Lifelong Learning (обучение в течение всей жизни) / Л. С. Афанасьева, Т.В. Савина //Русистика.–2015. – № 4. – С. 140-145.
6. Колшанский Г. В. Лингвокоммуникативные аспекты речевого общения/ Г. В. Колшанский // Иностранные языки в школе. – 1985. – № 1. –С. 10-14.
7. Азимов, Э. Г., Щукин, А. Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения иностранным языкам) / Э. Г. Азимов, А. Н. Щукин.– М.: Издательство ИКАР, 2009. – 448 с.
8. Frances Eales, Steve Oakes. Speakout 2nd Edition Starter: Longman, 2015.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Валько О. В. ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 372.881.111.1

МЕТОД ПРОЕКТОВ КАК СПОСОБ ОРГАНИЗАЦИИ ГРУППОВОЙ РАБОТЫ УЧАЩИХСЯ И ЕЕ КОНТРОЛЯ НА УРОКАХ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Судаचाкова Е. Н.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

esudachakova@mail.ru

Настоящая статья посвящена описанию особенностей применения группового метода проектов на уроках английского языка в средней школе. Исследование проводилось в 4 учебных группах по 3 человека в каждой, разделенных по уровню владения английским языком (высокоэффективные, низкоэффективные группы) и по общим интересам (группа с общими интересами, группа без общих интересов). Группы были сформированы в результате наблюдения за обучающимися и бесед с учителем, а также по показателям успеваемости с учетом итоговых и промежуточных оценок обучающихся. Педагогический эксперимент проводился по разработанному плану экспериментальной работы в рамках прохождения педагогической практики в МБОУ «Лицей №23» г. Кемерово. Автор показывает важность формирования групп для проектной деятельности на основе личных предпочтений обучающихся и их взаимоотношений в группе. Изучено отношение обучающихся к групповой проектной деятельности, а также проанализированы трудности, с которыми сталкиваются обучающиеся в рамках групповой работы над проектом. По результатам проведения педагогического эксперимента автором даются рекомендации по повышению эффективности применения групповой проектной деятельности обучающихся на уроках английского языка.

Ключевые слова: метод проектов, групповая работа, групповая проектная деятельность, высокоэффективная группа, низкоэффективная группа, оценка сверстников.

PROJECT METHOD AS A WAY OF ORGANIZING AND MONITORING STUDENT GROUP WORK IN ENGLISH LESSONS

Sudachakova E.

Kemerovo State University

This paper describes some features and results of applying the project method in teaching English to groups of high school students. Our study was conducted in 4 study groups of 3 students divided according to their level of English proficiency (higher performing group, lower performing group) and common interests (group with common interests, group without common

interests). The groups were formed as a result of observing the students in classrooms and consulting their teacher, as well as taking into account their performance indicators, final and intermediate grades. Our pedagogical experiment followed the experimental work plan developed for the teaching practicum in Lyceum No. 23 in Kemerovo. In this paper, we show the importance of forming groups for project activities based on the students' personal preferences and their relationships in the group. Also, we studied the students' attitudes to group project work and analyzed the difficulties that they encountered while working on the project. Finally, we gave recommendations to improve the efficiency of project activities in high school English classes.

Key words: project method, group work, group project work, higher performing group, lower performing group, peer evaluation.

В условиях постоянной динамики изменений в образовательной сфере все более актуальной становится проблема формирования личности обучающегося, способной не только самостоятельно решать возникающие проблемы, но и учитывать мнение окружающих в групповой деятельности на протяжении всей жизни. Становится очевидным, что для достижения данной цели учителям следует создавать такие условия обучения, в которых обучающиеся будут стремиться проявлять познавательную активность, а также использовать полученные знания, умения и навыки в практической деятельности.

Как показывает практика, несмотря на общественную доступность многих информационных порталов и ресурсов, большинство обучающихся не способны самостоятельно развить творческие способности и рефлексивные умения, которые приводят к систематизации полученных знаний. Таким образом, необходимо создать такие условия обучения, в которых будут решаться следующие задачи:

- формирование самостоятельной деятельности в группе для решения поставленных задач;
- проявление познавательной активности и самосознательной инициативности обучающихся в изучении английского языка;
- развитие исследовательских и рефлексивных умений.

Метод проектов неоднократно показал свою эффективность в обучении и имеет огромный потенциал для формирования творческой, самостоятельной личности, готовой вступать в групповую коммуникацию для решения поставленных задач. Применение этого метода обучения подробно описано в работах Chang Y. [1], Cranwell P. B. [2], Абышевой Н. Ю. [3], Хлапушиной К. Б. и Савиной Л. Н. [4] и других зарубежных и отечественных исследователей.

В настоящее время метод проектов используется в российских общеобразовательных школах не так широко, как в зарубежных. Однако, мы полагаем, что теоретическое исследование и практическое применение данного метода поможет его адаптировать и модернизировать в соответствии с общеобразовательными стандартами и реалиями российских школ.

Слова Е. С. Полат [5] о методе проектов в группах также направляют нас на изучение группового метода проектов. Евгения Семеновна считает, что суть проектной деятельности заключается в том, чтобы обучающиеся с помощью знаний из разных областей должны самостоятельно в группах решить определенную проблему, получив реальный проект. Более того, многократное подтверждение эффективности групповых методов обучения, в том числе в работах Chiriac E. H. [6] и Hodges L. C. [7], подтолкнуло нас к мысли об объединении групповых методов и метода проектов, а именно к исследованию группового метода проектов. Основная идея подобного подхода к обучению иностранному языку заключается в том, чтобы переместить акцент с репродуктивных упражнений на продуктивные, т.е. стимулировать активную мыслительную деятельность обучающихся, требующую высокого уровня самосознательной инициативности и познавательной активности в изучении иностранного языка.

Мы предполагаем, что результатами применения группового метода проектов будут следующие:

- формирование и развитие интереса к иностранному языку;
- умение оценивать свои действия, изменять их в зависимости от существующих требований и условий, корректировать в соответствии с ситуацией;
- умение задавать вопросы и отвечать на вопросы одноклассников;
- умение эффективно работать в группе;
- формирование познавательной активности и инициативности.

Для осуществления педагогического эксперимента нами был разработан соответствующий план экспериментальной работы. Эксперимент был проведен в ходе педагогической практики в 7 «А» классе (12 чел.) МБОУ «Лицей №23» г. Кемерово. Работа состояла из 5 этапов: 1) подготовительного, 2) пояснительного, 3) исполнительного, 4) заключительного и 5) рефлексии.

В процессе первого (подготовительного) этапа мы разработали критерии оценивания групповой проектной деятельности, составили на их основе анкету и карту рейтинговой оценки группового проекта (Рис. 1).

Рисунок 1. Карта рейтинговой оценки группового проекта

№ группы	Название проекта:	
	Достигнутый результат (из 15 баллов)	
	Оформление проекта (из 15 баллов)	
Защита проекта	Представление (из 15 баллов)	
	Ответы на вопросы (из 15 баллов)	
Процесс проектирования	Творчество (из 10 баллов)	
	Практическая деятельность (из 10 баллов)	
	Интеллектуальная активность (из 10 баллов)	
	Умение работать в команде (из 10 баллов)	
Итого:		
Общее мнение о проекте:		

Также во время подготовительного этапа мы разделили обучающихся на следующие 4 группы по 3 человека в каждой:

1) *высокоэффективная группа* характеризуется наличием высоких оценок в рамках итоговой и промежуточной аттестации, а также заинтересованностью в изучении английского языка и ответственным отношением к выполнению заданий;

2) *низкоэффективная группа* характеризуется низкими оценками в рамках итоговой и промежуточной аттестации, а также незаинтересованностью в изучении английского языка и нежеланием выполнять заданные упражнения;

3) *группа с общими интересами* характеризуется наличием хороших отношений между членами группы (при формировании данной группы не уделялось особое внимание уровню владения и заинтересованности в изучении английского языка);

4) *группа без общих интересов* характеризуется отсутствием общих интересов среди членов группы.

При формировании групп мы учитывали мнение учителя и учеников, а также показатели успеваемости, итоговых и промежуточных оценок.

В рамках второго (пояснительного) этапа мы провели инструктаж, на котором пояснили участникам эксперимента общие требования и этапы проведения проектной работы, а также тематику работы. Также, на данном этапе обучающиеся самостоятельно формировали тему проекта, исходя из общего обсуждения. Мы считали, что обучающиеся способны самостоятельно выбрать и обсудить тему без дальнейшего корректирования,

однако, не все ученики справились с поставленной задачей, так как выбранные ими темы не подходили под критерии проектной деятельности. Исходя из вышесказанного, мы считаем, что учителю следует заранее составлять список тем проектов, из которого обучающиеся могут сами выбрать подходящую для группы тему после недолгого обсуждения. На данном этапе ученики выбрали тему с учетом общей тематики работы и интересов каждого члена группы; более того, обучающиеся самостоятельно определили цель и задачи для проработки выбранной темы (кроме 1 группы). Темами проектных работ стали следующие:

1) Первая группа (высокоэффективная): Сравнение американских и русских праздников. Цель – изучить праздники обеих стран и сравнить некоторые из них, также в ходе работы выяснить, какие праздники являются самими популярными у жителей Америки;

2) Вторая группа (низкоэффективная): Самые известные достопримечательности Англии. Цель не поставлена;

3) Третья группа (с общими интересами): Домашние животные. Цель – изучить породы домашних животных у жителей Кемерово в возрасте от 13 до 15 лет и выявить самую популярную породу домашних животных среди опрошенных;

4) Четвертая группа (без общих интересов): Британские ученые. Цель – изучить ученых Великобритании и опросить о открытиях британских ученых жителей Кемерово в возрасте от 13 до 15 лет.

На третьем (исполнительном) этапе обучающиеся разрабатывали и реализовывали план проектной работы с учетом указанных сроков выполнения работы. Следует заметить, что группа обучающихся с общими интересами опережала все остальные группы в реализации плана выполнения проектной работы, в то время как группа без общих интересов не была заинтересована в выполнении работы. Также стоит отметить, что высокоэффективная группа оказалась менее заинтересованной в выполнении проектной работы, чем мы ожидали.

К сожалению, нам не удалось реализовать четвертый (заключительный) и пятый (рефлексия) этапы плана экспериментальной работы по независящим от нас причинам. В связи с этим полный анализ проведенного педагогического эксперимента оказался невозможным. Однако, на основе полученных данных мы пришли к выводу, что педагогу, организующему групповую проектную деятельность, следует учитывать взаимоотношения обучающихся внутри группы, так как по нашим наблюдениям это напрямую связано с полученными результатами проектной работы. Эффективным приемом, на наш взгляд, будет являться предварительное обсуждение личностных качеств обучающихся при формировании групп, а также обсуждение их поведения и важности толерантного отношения к другому мнению. Это позволит членам группы сопоставить свои ценностные позиции, осознать ожидания, испытываемые другими участниками по отношению к их поведению, и таким образом сориентирует их на реализацию этих личностных качеств в ходе проектной работы.

Литература и источники

1. Chang Y. When Group Work Does not Work: Insights from Students/ Y. Chang, P. Brickman // CBE—Life Sciences Education. – 2018. – P. 1- 17.

2. Cranwell P. B. Assessing Final-Year Practical Work Through Group Projects; A Further Study/ P. B. Cranwell, E. M Page// New Directions for Teaching and Learning. – 2019. – P. 1-8.

3. Абышева Н. Ю. Эффективность применения метода проектов на уроках иностранного языка в общеобразовательной школе// Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. - 2009. - С. 116-120.

4. Хлапушина К. Б. Проектная деятельность как средство формирования универсальных учебных действий у обучающихся/ К. Б. Хлапушина, Л. Н. Савина// Вестник Пензенского государственного университета. - №2 (10). – 2015. – С. 27-31.

5. Полат Е. С. Вопросы Интернет-образования [Электронный ресурс]// Метод проектов.

– Режим доступа:

https://web.archive.org/web/20080503101731/http://vio.fio.ru/vio_01/Article_0_1.htm (дата обращения 21.03.2020).

6. Chiriac E. H. Group work as an incentive for learning – students' experiences of group work// *Frontiers in Psychology*. – 2014. – P. 1-10.

7. Hodges L. C. Contemporary Issues in Group Learning in Undergraduate Science Classrooms: A Perspective from Student Engagement// *CBE—Life Sciences Education*. – 2018. – P. 1 – 10.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Павлова О. Ю., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 372.881.1

ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ ЛЮДЕЙ ТРЕТЬЕГО ВОЗРАСТА

Швец Д.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

shvets.da@mail.ru

В данной работе представлены описание и промежуточные результаты исследования проекта «Новое поколение» по обучению английскому языку людей в возрасте от 50 до 70 лет. Исследование проводилось в 4 учебных группах численностью по 10 человек в каждой. Проект «Новое поколение» – организация курсов английского языка для людей пенсионного возраста. Проект был запущен на базе КемГУ и обладает большой социальной значимостью, а также соответствует последним тенденциям социализации людей третьего возраста средствами непрерывного образования. Английский язык на правах языка международного общения все активнее проникает в национальные языки, становясь неотъемлемой частью всех сфер жизни – СМИ, политики, образования, экономики, культуры, технологий, языка молодежи, – поэтому знание английского языка обеспечивает успешную адаптацию к меняющейся современной реальности и преодоление дистанцирования от молодого поколения, чувства изоляции и иногда эксклюзии. Предварительное исследование в форме опроса выявило востребованность курсов иностранного языка для людей пенсионного возраста, обусловленную главным образом желанием саморазвиваться, общаться на иностранных языках, выезжая за границу, а также проводить свободное время с пользой.

Ключевые слова: обучение, иностранный язык, третий возраст, активная жизнь, возрастные особенности, социальный проект, непрерывное образование.

PECULIARITIES OF TEACHING THIRD-AGE STUDENTS ENGLISH AS A SECOND LANGUAGE

Shvets D.

Kemerovo State University

This paper presents a description and intermediate results for the study of the project “New Generation” which consisted in teaching English to people aged from 50 to 70. The study was conducted in 4 study groups of 10 people each. The project “New Generation” involves organizing English courses for people of retirement age. The project was launched in Kemerovo state university and has a considerable social significance, it also corresponds to the latest trends in the socialization of third-age people through continuing education. English as the language of international communication is increasingly penetrating into national languages, becoming an integral part of all spheres of life – the media, politics, education, economics, culture, technology,

the language of youth, therefore knowledge of the English language ensures successful adaptation to changing modern reality and shortens the distance between them and the younger generation, helps get rid of feelings of isolation and sometimes exclusion. A preliminary survey revealed the relevance of foreign language courses for people of retirement age, mainly due to the desire of self-development, communication in foreign languages, traveling abroad, and also efficient free time disposal.

Key words: learning, foreign language, third age, active retirement, age features, social project, lifelong learning.

В современном обществе все популярнее становится идея активного образа жизни после окончания трудовой карьеры, что, согласно исследованиям, является неотъемлемым условием сохранения здоровья, улучшения качества жизни и ее продолжительности [1]. Понимание английского языка дает возможность старшему поколению почувствовать себя идущими в ногу со временем и расширяет их возможности социальной реализации (путешествия, общение с друзьями за рубежом, участие в качестве волонтеров во время международных событий и т.д.).

Так как процесс взросления сопровождается изменениями с физиологической и с психолого-педагогической стороны, то в каждом возрасте следует принимать индивидуальные методы изучения и воздействия на человека. Возрастная детская психология имеет значительное отличие от взрослой психологии. Следовательно, подходы к обучению для каждого возраста будут различные.

В рамках проекта одной из поставленных задач было выявление эффективных подходов к обучению людей третьего возраста.

На данный момент было установлено следующее:

- Наиболее эффективные формы работы – парная и групповая.
- Создание на занятиях реальных речевых ситуаций (в кафе, знакомство, в путешествии и т.п.) помогает учащимся использовать полученные знания в реальных ситуациях, например, во время путешествий в зарубежные страны.

- Самым продуктивным подходом при обучении людей старшего возраста является коммуникативный, поскольку он способствует повышению мотивации к дальнейшему изучению языка и совершенствованию навыков говорения. Коммуникативность подразумевает практическую речевую направленность образовательного процесса, которая в рамках данной методики является не только целью, но и средством, поскольку практическое использование языка делает обучение привлекательным, так как оно актуально и соответствует целям, области общения, и социальным ролям обучающегося. Анализ коммуникативного метода в системе преподавания иностранных языков показал, что среди всех имеющихся методов, коммуникативный является наиболее эффективным и легко воспринимаемым участниками процесса обучения.

- Упражнения для формирования речевых умений и навыков, а также коммуникативные упражнения помогают справиться с неуверенностью в своих когнитивных способностях. Данные системы упражнений должны присутствовать на занятии английского языка при коммуникативном подходе в обучении, так как они помогают развивать речевые и коммуникативные навыки студентов. Так, данные упражнения чаще всего выполняются в парах и группах, что облегчает процесс обучения, т.к. поколение «третьего возраста» склонно к сотрудничеству и лучше справляются с поставленными задачами при работе в группе, и особенно в парах.

Возрастные особенности людей данного возраста включает несколько моментов:

- Происходят физиологические изменения, связанные с ухудшением общего самочувствия, зрения, замедлением реакций; М. В. Гамезо подчеркивает, что это не отражается на функционировании познавательной сферы человека [2]. Исходя из наблюдений за деятельностью людей пенсионного возраста на проводимых занятиях, был

сделан вывод, что психофизиологические изменения не являются препятствием при изучении языка.

– "Я-концепция" в период старости тоже испытывает изменения. Собственное будущее, настоящее, прошлое, человек стремится объединить, проследить связи между событиями своей жизни. У человека с деятельной и жизнерадостной "Я-концепцией" в поздние годы также наблюдается продолжение развития личности, проявление к жизни бодрого подхода, замедляющего процесс старения [2]. Большой спрос на курсы английского языка для людей третьего возраста подтверждают факт активной жизни наших студентов. Половина студентов являются работающими пенсионерами, а большая часть всех студентов посещают не только курсы по английскому языку, но и различные спортивные секции.

– Взрослый человек наиболее подвержен стрессу, чаще испытывает чувство одиночества, страдает от депрессии. Основными потребностями являются реализация собственного творческого потенциала, необходимость передать опыт следующему поколению, забота о сохранении теплых отношений с друзьями и родными. Было замечено, что при изучении языка в группах возникают новые дружеские отношения, желание помогать друг другу, делиться своим опытом и возможность проявления своих творческих способностей.

– Распространенный миф в области образования заключается в том, что взрослые студенты, как правило, менее успешны в вопросе изучения языка, чем более юные студенты с более гибким мозгом, и, следовательно, лучшими когнитивными функциями [3]. Тем не менее, данное исследование указывает на то, что молодые студенты могут быть лучше, когда дело касается произношения, но, в остальных случаях взрослые вполне могут достичь высокого уровня владения иностранным языком.

Литература и источники

1. Официальный портал Мэра и Правительства Москвы. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mos.ru/city/projects/dolgoletie/> (дата обращения: 3.02.2020).
2. Гамезо, М.В. Возрастная и педагогическая психология: учеб. пособие для студентов всех специальностей педагогических вузов / М.В. Гамезо, Е.А. Петрова, Л.М. Орлова — М.: Педагогическое общество России, 2003. — 512 с.
3. Cozma, M. West University of Timișoara / M. Cozma // The Challenge of Teaching English to Adult Learners in Today's World. – 2015. – 6 p.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Валько О. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 378.2

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ УЧИТЕЛЕЙ ПО РАБОТЕ С АВТОРСКОЙ СКАЗКОЙ Г.Х. АНДЕРСЕНА «СОЛОВЕЙ»

Арисова Н. С.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

natalaarisova94@gmail.ru

В статье приведены методические рекомендации к уроку по сказке Г.Х. Андерсена «Соловей». Особое место отводится применению на уроке коммуникативным навыкам и самостоятельной работе учащихся. В свою очередь, использование коммуникативных навыков и самостоятельной работы обучающихся является неотъемлемой частью современного образовательного процесса. В статье предложенный вариант работы носит творческий характер и предполагает использование различных приемов направленных на извлечение информации и пониманию смысла авторской сказки.

Ключевые слова: авторская сказка, методические рекомендации, творческий подход, коммуникативные навыки, самостоятельная работа.

METHODOLOGICAL RECOMMENDATIONS FOR TEACHERS ON WORKING WITH THE AUTHOR'S FAIRY TALE BY G. H. ANDERSEN «THE NIGHTINGALE».

Arisova N. S.

Kemerovo state University

The article provides methodological recommendations for the lesson on the fairy tale of G. H. Andersen «The Nightingale». A special place is given to the use of communication skills in the classroom and independent work of students. In turn, the use of communication skills and independent work of students is an integral part of the modern educational process. In the article, the proposed version of the work is creative and involves the use of various techniques aimed at extracting information and understanding the meaning of the author's fairy tale.

Keywords: author's fairy tale, methodological recommendations, creative approach, communication skills, independent work.

Традиционно в УМК по литературе за пятый класс, включены авторские сказки русских и зарубежных писателей. В данном виде произведений школьникам интересно все как разворачивается сюжет, герои и счастливый конец. Особенно важно показать учащимся, как построено авторское произведение какие события в нем происходят, дать характеристику главным и второстепенным героям, а также наблюдать за языком. Данная проблема может быть решена только в случае комплексного изучения литературной сказки на уроке. Сказка Г.Х. Андерсена «Соловей», достаточно широко представлена в методических разработках: М.В. Гринберг «Дивная сила искусства» (по сказке Х.К. Андерсена «Соловей»), А.В. Попова «Истинные и мнимые ценности в сказке Х.К. Андерсена «Соловей», С.О. Кротова «Г.Х Андерсен. «Соловей», А.В Пономаренко «Г.Х. Андерсен «Соловей»». Каждая, как и положено, несет отпечаток личности автора, его приоритетов и интересов, у каждой свой, особенный ключ к сказке Г.Х. Андерсена. Все учителя работают над системой образов, жанровым и композиционным своеобразием произведения используя различные формы и методы работы. Но при этом, следует учитывать, что сказка Г.Х. Андерсена «Соловей» знакома большинству школьников задолго до ее изучения. И для этого нужно найти какие-то оригинальные пути, которые будут основаны на творческом подходе и разбудят детскую фантазию. Это в свою очередь станет средством более глубокого и вдумчивого анализа произведения, можно попытаться совместить творческую работу и аналитическую деятельность при работе со сказкой Г.Х. Андерсена «Соловей».

Важное место в методических рекомендациях к уроку по сказке Г.Х. Андерсена «Соловей» отводятся коммуникативным навыкам и самостоятельной работе учащихся. Предложенные варианты работы носят творческий характер и предполагают использование различных приемов направленных как на извлечение информации и понимания смысла. Работа в методической разработке по произведению Г.Х. Андерсена направлена на подготовку обучающихся к самостоятельному чтению, самостоятельным суждениям и выводам, самостоятельной исследовательской деятельности. Данная разработка адресована учителям и учащимся – 5 класса. Учитывая дефицит учебного времени, перед уроком учащимся можно предложить самостоятельную работу: 1. Прочитать текст сказки Г.Х. Андерсена «Соловей». 2. Найти и прочитать стихотворение А. Фета «Целый мир от красоты». 3. Прочитать статью в учебнике под редакцией Г.С. Меркина за пятый класс о Г.Х. Андерсене, составить к ней вопросы. 4. Подготовить выставку, создать иллюстрации к сказке «Соловей» и подобрать к ним цитаты из сказки. В ходе урока будут решаться следующие цели и задачи: Выявление художественной идеи в авторской сказке Г.Х. Андерсена «Соловей». Утверждение подлинного искусства, служащего людям. А также, развитие навыков выразительного чтения по ролям, лексической и самостоятельной работы

с текстом, духовно-нравственного воспитания личности учащихся. Тип урока: комбинированный.

Традиционно урок начинается с сообщения темы, цели занятия и какой вид деятельности ждет школьников: опрос по домашнему заданию, самостоятельная работа, опрос по теории, разбор творческих задач. Затем идет проверка домашнего задания. Беседа по вопросам к статье учебника Г.С. Меркина «Ганс Христиан Андерсен». Далее учитель переходит к анализу произведения. Здесь следует вспомнить формы работы при изучении авторской сказки:

1. Фронтальная работа (чтение по вопросам, составление характеристик, лексическая работа).
2. Групповая работа (составление вопросов, характеристика персонажей).
3. Работа в парах (выразительное чтение по ролям, составление вопросов к сказочным текстам, пересказ).
4. Использование дифференцированного подхода (индивидуальная работа).

Первый этап работы на уроке начинается с проверки домашнего задания - беседа по вопросам к статье учебника Г.С. Меркина «Ганс Христиан Андерсен»:

Второй этап урока связан с анализом образов главных героев и лексической работой.

Данный этап начинается с экспресс-опроса по содержанию сказки Г.Х. Андерсена «Соловей». Далее учитель переходит непосредственно к анализу образов главных героев авторской сказки Г.Х. Андерсена «Соловей». Работа над системой образов, включает следующие этапы:

1. Содержательный анализ авторской сказки.
2. Выделение основных сказочных персонажей. Определение черт их характера и составление их оценочной характеристики.
3. Определение типов персонажей по роли, которую они играют в авторской сказке, их особенностям (создание словесного портрета с учетом содержания и функции образов-деталей – пейзажные зарисовки, предметный мир, портретные подробности).
4. Составление и обобщение подробного материала о главных героях авторской сказки.

В ходе анализа можно провести сравнение действующих лиц, а затем на основе сопоставления характеров.

Учащимся предлагается заполнить таблицу, используя текст произведения.

Таблица 1

Образ соловья настоящего и образ соловья искусственного

Серая маленькая птичка	Настоящий соловей
Шкатулка с затейливой штучкой»	Искусственный соловей
Поет дивно	Настоящий соловей
Песнь хватает за сердце	Настоящая живая красота
Слезы на глазах императора	Пение
«Соло»	Настоящий соловей
«Шарманка»	Искусственный соловей

При анализе образов главных героев учащиеся выделяют как положительные, так и отрицательные качества. Еще одним этапом работы над системой персонажей становится обобщение характеристик и установление взаимосвязей между образами. В результате создается целостное представление о системе сказочных образов.

Затем фронтальная беседа, ориентированная на раскрытие особенностей образов главных героев сказки: 1. Ребята, что удивило придворных, когда они увидели настоящего Соловья? С чем они сравнивают его пение? (Придворных удивила простая наружность Соловья. Пение Соловья сравнивают со стеклянными колокольчиками). 2. Как воспринял пение птички Император? Пожалуйста. Перечитайте эту сцену. Почему Соловей отказывается от награды Императора? Найдите ответ в тексте произведения. 3. Найдите в тексте сказки ответ на следующий вопрос. В чем видит придворный поставщик соловьев

преимущество искусственного соловья? И зачем Андерсен изображает искусственную птицу подробно и почему описание настоящего Соловья очень короткое? (Андерсен словно говорит о том, что главное не внешность, а то, что внутри, поэтому и дает такое краткое описание настоящей птички). 4. Как вы считаете, о чем поет Соловей и будет петь всегда? (Соловей поет о вечном, красоте природы, глубине чувств. Он пел обо всем на свете).

Также на уроке следует обратить внимание на лексическую работу, которая необходима при работе с авторской сказкой. Она охватывает несколько направлений:

1. Толкование устаревших слов.
2. Объяснение фразеологических оборотов.
3. Работа, связанная со смыслом пословиц и поговорок.
4. Работа, связанная с богатством и образностью языка авторских сказок.

Учитель предлагает составить таблицу, где будут даны понятия Красота и Красивость.

Таблица 2

Понятие красоты и красивости

Красота	Красивость
натуральная	искусственная
природа	Механизм
настоящая	Поддельная
живая	Мертвая

Затем прослушивание стихотворения Афанасия Фета «Целый мир от красоты», которое посвящено вечной теме красоте. После ученикам предлагается подумать над тем, что такое настоящая красота и дать определение Красоте и Красивости.

Работа, связанная с лексической составляющей авторской сказки, способствует полному восприятию сказочных образов, пониманию точности, яркости и выразительности народной речи, развитию речи детей, обогащению их словарного запаса, приобщению к художественному творчеству.

Завершающий этап работы на уроке проводится в виде фронтальной беседы, которая ориентирована на образы главных героев и лексическую работу: 1. В чем смысл противопоставления живого и искусственного соловья? (Живой соловей противопоставлен искусственному так, как настоящий артист противопоставлен бездарности, заботящейся только о материальной выгоде, которую приносит его мнимое искусство). 2. Настоящий соловей мог обидеться на императора после его решения. Но он прилетел и спел свою песню, исцелив больного. Какую важную мысль доносит до читателей, чему он учит читателей? Найдите в тексте строчки, содержащие ответ. 3. Прочитайте последний диалог между Соловьем и императором. Почему Соловей просит, чтобы его не искали?

В конце урока по итогам изучения сказки «Соловей» проводится рефлексия, учитель говорит о том, что Андерсен считал, что подлинное и настоящее в жизни скрывается за неприметной внешностью. А под роскошной внешностью нередко скрывается бездарность. Писатель читал сказку «Соловей» веймарскому герцогу и его приближенным. Ощув сатиру сказки, поступок писателя назвали «глупым и дерзким». Но сказки Андерсена все равно покорили сердца миллионы людей.

Домашнее задание.

1. Подготовить сообщение о произведениях М. Твена, которые прочитали самостоятельно.
2. Индивидуальные задания: «Детские годы М. Твена», «Увлечения М. Твена».
3. Групповое задание: Подготовить рисунки к произведениям М. Твена, выставку книг произведений М. Твена.

Методические рекомендации для урока по произведению Г.Х. Андерсена «Соловей» подготовлены с учетом современного подхода к образованию детей. Материалы разработки носят прикладной характер, т.е. ориентированы на практическое использование и помогают

повысить педагогам результативность занятия, включить детей в творческую деятельность, организовать работу по развитию устной речи, обогатить словарный запас, развить аналитическое мышление. Методика работы с авторскими сказками в пятых классах осуществляется качественной неоднородностью этого жанра, метафоричность, нравственный и социальный смысл, эмоциональный подтекст. Учителю при работе над авторской сказкой необходимо, опираться на литературоведческую специфику сказочного жанра, целенаправленно формировать у учащихся оптимальный объем умений и навыков, необходимых для анализа произведения. При чтении, а затем анализе литературной сказки, ученики усваивают не только фабулу, но и глубину содержания и восприятие произведения становится более целостным. Школьники не только запоминают образы и действия героев, их психологические портреты, но и обращают внимание на отдельные детали, которые меняются на протяжении сказки.

Литература и источники

1. Брауде, Л.Ю. Скандинавская литературная сказка / Л.Ю. Брауде. - Л.: Наука, 1979. – 237 с.
2. Брауде, Л.Ю. Сказочники Скандинавии/Л.Ю. Брауде. – Л.: Наука, 2005. – 450 с.
3. Брауде, Л.Ю. Ханс Христиан Андерсен/Л.Ю. Брауде. – Л.: Просвещение, 2001. – 420 с.
4. Гренбек, Б. Ханс Христиан Андерсен. – М.: Прогресс, 2005 – 450 с.
5. Литература, 5 класс: Учебник для общеобразовательных Л 64 учреждений: В 2 ч. Ч. 2 /Авт.-сос. Г.С. Меркин. – 7-е изд. – М.: ООО «ТИД «Русское слово – РС, 2009. – 236с.
6. Фет, А. Воспоминание/ Афанасий Фет. – М.: Правда, 1983. – 496 с.
7. Чурбан, Г. История по мотивам старинных сказок/Х.К Андерсен//Веселые уроки. – 2001. - №4. –10-13 с.

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Налегач Н.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 82.0

ФОРМИРОВАНИЕ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ У ОБУЧАЮЩИХСЯ НА ОСНОВЕ ИЗУЧЕНИЯ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Захарина Ф.И.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

zaharina.faride@yandex.ru

Данная работа посвящена рассмотрению формирования коммуникативных компетенций у обучающихся на основе изучения художественной литературы. В статье выявлена роль книги и литературы в процессе становления личности школьника. Даны рекомендации по развитию читательского интереса.

Ключевые слова Формирование, чтение, художественная литература, читательский интерес, литературное образование

FORMATION OF COMMUNICATIVE COMPETENCE IN STUDENTS ON THE BASIS OF STUDYING OF FICTIONAL LITERATURE

Zakharina F.I.

Kemerovo State University

This work is devoted to the formation of communicative competences in students based on the study of fiction. The article identifies the role of book and literature in the formation of personality. Recommendations on the development of reading interest are given.

Key words: Formation, reading, fiction

В век цифровых технологий для современного школьника чтение утрачивает свою ценность, оно отодвигается на второй план, рассматривается лишь как получение информации, теряется интерес к книге в школьной среде. Из-за этого у подрастающего поколения может возникнуть нарушение речи, грамотности, интеллекта, нравственного воспитания, эмоциональной сферы. Эта проблема становится актуальной во всем мире.

В обществе можно наблюдать дефицит общечеловеческих ценностей, во многом это обусловлено тем, что книга у современных детей не в приоритете, она перестала занимать важное место в жизни ребёнка. В сегодняшних реалиях перед педагогом стоит большая задача – приобщить ребёнка к чтению и донести важность и значимость чтения.

Правильно ли утверждать, что художественная литература может воспитывать человека?

Роль книги и литературы в целом в жизни человека отмечалась многими, в частности ценителями слова и искусства – писателями, поэтами, драматургами. И отечественные, и зарубежные авторы подчеркивали необходимость чтения, его способность сделать человека не только любознательным, но и счастливым. Писатели говорили о том, что отношение человека к чтению указывает на его истинное лицо.

Чтение занимает огромное место в жизни человека, начиная с первых лет жизни и заканчивая зрелой старостью. К изучению проблемы чтения привлекало внимание многих учёных - В.А. Сухомлинский, К.Д. Ушинский, Л.С. Выготский, Д.Б. Эльконин, Т.Г. Галактионова и многие другие.

Основные методики чтения были разработаны К.Д. Ушинским. Он рекомендовал смотреть на художественное произведение «как на окно, через которое мы должны показать детям ту или иную сторону жизни» [5, с.245], и подчеркивал, что «недостаточно, чтобы дети поняли произведение, а надобно, чтобы они его почувствовали» [5, с.245]. Эти положения методики Ушинского говорят о познавательном значении чтения и о важности эстетического воздействия его на читателя.

В.А. Сухомлинский говорил: «Чтение должно стать для ребёнка очень тонким инструментом овладения знаниями и вместе с тем источником богатой духовной жизни» [4, с.198].

В настоящее время существуют два направления обучения детей чтению: формирование читателя и приобщение к литературе как особому виду искусства. Учителю необходимо учитывать эти направления при организации уроков литературы.

Видеть, осознавать за прочитанным текстом присутствие личности автора, с присущим именно ему мировосприятием и пониманием окружающего, со свойственной ему гаммой чувств, ощущений жизни и отношением к ней — непереносимое свойство умения читать. Чувство автора, понимание автора, принятие или непринятие его позиции — истинная культура чтения.

Одной из целей изучения художественной литературы является воспитание, нравственное соиздание, правильное представление о моральных ценностях, сюжеты художественных произведений показывают, что хорошо, а что плохо, очерчивают границы добра и зла, показывают модели поведения, которым можно или нельзя следовать.

Книга помогает понять самого себя, других людей, их проблемы, чувства. Чтение доставляет удовольствие. Всё это является залогом для формирования гармоничной, всесторонне развитой личности.

Литературное образование подвержено влиянию разрушительных внешних факторов, которые особенно активно проявляют себя в последнее время. При этом трудно переоценить влияние литературы на формирование личности. Как форма познания

действительности художественная литература расширяет жизненный опыт ребёнка, создаёт для него духовно-эмоциональную среду, в которой органическая слитность эстетических и нравственных переживаний обогащает и духовно развивает личность ребёнка. Книги не только расширяют общие представления ребёнка, обогащают его знания о действительности; главное – они вводят его в особый мир чувств, глубоких переживаний и эмоциональных открытий. Сила воздействия искусства в том, что оно не навязывает выводы, а заставляет самого читателя, подойти к этому выводу, сформулировать его.

Изучение художественной литературы, имеет целью личностное воспитание: пробуждение любви, уважения, гордости к русской литературе и искусству прошлого, к выдающимся памятникам литературы, к достижениям художественной культуры. Обогащение духовного мира личности происходит через постижение идеалов и через сопереживание героям, через соучастие и сочувствие.

Многие учителя задаются вопросом: как приобщить детей к чтению? Поэтому мы разработали систему рекомендаций, направленных на развитие читательского интереса у современных школьников.

1. Чем чаще ребёнок видит своих родителей с книгой в руке, тем больше вероятности, что он тоже возьмётся за чтение. На родительских собраниях напоминать родителям о важности чтения в образовании и жизни.

2. Введение читательского дневника. Оформление дневника и его содержание не ограничено рамками, это творческая индивидуальная работа детей и родителей. Два- три раза в четверть ученики рассказывают о своем дневнике, какие произведения прочитали, сделали записи и рисунки. Читательский дневник позволяет развивать интерес к чтению, творческие способности детей, их устную речь, способствует развитию умения списывать текст.

3. Развитие творческих способностей: письмо сказок, историй. Детям предлагается написать свои сказки, истории на заданную тему, или можно предложить продолжить какое-либо произведение.

4. Создание мини - проектов или мини — книжек на заданную тему. Результатом этой работы является создание своей мини-книги. Дети защищают свой проект, что способствует развитию устной речи, умению выступать в аудитории, отвечать на заданные им вопросы, развивает навыки читательской грамотности, способствует воспитанию любви к чтению. Они знакомят ребят других классов со своей творческой работой. Чтобы выполнить эту работу, нужны навыки умения работать с текстом и выбирать необходимую информацию.

5. Обмен книгами между детьми, которые были прочитаны ими.

6. Экскурсии в городскую библиотеку

Так, читая книги и делая выводы, каждый человек определяет для себя жизненные приоритеты - хорошо и плохо, благородство и подлость, добро и зло. И это особенно важно в детском и подростковом возрасте, при становлении характера, выборе нравственных ценностей. Во все времена художественная литература играла ведущую роль в формировании мировоззрения человека, в становлении личности.

Художественные творения А. С. Пушкина, М. Ю. Лермонтова, Н. В. Гоголя, Л. Н. Толстого, Ф. М. Достоевского, А. П. Чехова, М.Шолохова позволяют молодому поколению не только узнавать прошлое, но и переживать вместе с их героями, формировать взгляды, чувства, характер, пробуждают любовь к прекрасному, воспитывают готовность к борьбе за торжество добра и правды. Литература воспитывает чувство прекрасного, обогащает духовный мир человека. Предметом изображения литературы чаще всего являются люди конкретной исторической эпохи, их мысли, чувства, взаимоотношения друг с другом, их жизненные идеалы, — словом, внутренний и духовный мир человека. Художественная литература, как и наука, обладает огромной познавательной силой. Она способствует распространению среди молодого поколения просвещения и культуры.

Русская литература, особенно XIX века, - одно из самых высших достижений мировой культуры.

Настоящая литература учит самым простым и самым сложным вещам: видеть мир, ценить воображение и понимать человека.

Литература и источники

1. Балатукова З. И. Роль художественной литературы в воспитании молодого поколения // Молодой ученый. – 2015. – №15. – С. 661-663. – URL <https://moluch.ru/archive/95/21305/> (дата обращения: 19.03.2020).
2. Васильева В. В. Как приобщить ребёнка к чтению в школе // Образование и воспитание. – 2017. – №5. – С. 105-106. – URL <https://moluch.ru/th/4/archive/74/2866/> (дата обращения: 19.03.2020).
3. Коротких, О.В. Воспитание детей в духе миролюбия в традициях народной педагогики: Монография / О.В. Коротких. – М.: Инфра-М, 2018. – 752 с.
4. Сухомлинский В.А. Сердце отдаю детям — Киев: Радянська школа, 1974 г. - 288 с.
5. Ушинский К.Д. Педагогическая антропология: Две главы/ К.Д.Ушинский// НАРОДНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ.-1999.-№10.-С.243-254.
6. Эльконин Д. Б. Как учить детей читать/Д. Б. Эльконин.- М.: 1991. — 80 с.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Поселенова Е.Ю., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 37.013

ТВОРЧЕСКАЯ РАБОТА НА УРОКАХ ЛИТЕРАТУРНОГО ЧТЕНИЯ В НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЕ (на материале драматизации)

Ильсова Я. С.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
ilyasovaya.s.1999@gmail.com

Настоящее исследование осуществляется с опорой на новую научную парадигму лингводидактики, формирующуюся под влиянием перехода начальной школы на Федеральный государственный образовательный стандарт нового поколения. В рамках данного стандарта развивается идея о необходимости формирования творческой личности младшего школьника, его превращении в полноправного субъекта образовательного процесса. Литературное чтение – один из предметов, призванный реализовать обозначенную задачу. Данная учебная дисциплина как никакая другая способствует развитию творческих способностей младшего школьника. В ее арсенале широкий набор видов творческой деятельности: чтение по ролям, инсценирование, устное словесное рисование, знакомство с различными способами работы с деформированным текстом, изложение с элементами сочинения, создание собственного текста на основе художественного произведения, репродукций картин художников. Особое место в системе видов творческой деятельности занимает драматизация – прием, основанный на перевоплощении обучающегося в некий художественный образ. Данный прием позволяет совместить игровую деятельность ученика с его образовательной деятельностью. Ученик примеряет на себя маску того или иного персонажа, вживается в образ, что позволяет обучающемуся лучше понять характер персонажа и, в конечном счете, понять авторский замысел художественного произведения.

Ключевые слова: литературное чтение, начальная школа, творчество, творческая деятельность, творческая работа, драматизация

CREATIVE WORK IN THE LESSONS OF LITERARY READING IN PRIMARY SCHOOL

(on dramatization material)

IlyasovaYa. S.

Kemerovo State University

This study is based on the new scientific paradigm of linguodidactics, which is emerging under the influence of the transition of primary schools to the Federal State Educational Standard new generation. Within the framework of this standard, the idea of the need for the formation of a creative personality of a younger schoolchild, its transformation into a full-fledged subject of the educational process is developing. Literary reading is one of the subjects designed to realize the designated task. This academic discipline, like no other, contributes to the development of creative abilities of a younger student. Her arsenal has a wide range of types of creative activity: role-playing, dramatization, oral verbal drawing, familiarity with various ways of working with deformed text, exposition with essay elements, creating your own text based on artwork, reproductions of paintings by artists. Dramatization occupies a special place in the system of types of creative activity. This is a technique based on the transformation of the student into a kind of artistic image. This technique allows you to combine the game and educational activities of the student. The student tries on a mask of this or that character gets used to the image, which allows the student to better understand the character's character and ultimately understand the author's intention of the work of art.

Key words: literary reading, primary school, creativity, creative activity, creative work, dramatization

С 2021 года начнется переход начальной школы на новый Федеральный государственный образовательный стандарт, который предполагает, помимо прочего, изменения в учебной программе литературного чтения.

В соответствии с коммуникативно-деятельностным подходом, заявленным в качестве основополагающего в современном образовательном процессе, в качестве одной из основных задач образования выступает развитие личности как субъекта творческой деятельности.

Цель настоящего исследования – определить возможности и преимущества современных учебных видов творческих работ на уроках литературного чтения в начальной школе.

Данная цель предопределяет решение следующих задач:

1. Определить виды творческих работ, которые используются на уроках литературного чтения в начальной школе;
2. Установить функции творческих работ в литературном образовательном процессе начальной школы;
3. Выяснить эвристические возможности драматизации как вида творческой деятельности на уроках литературного чтения в 3-4 классах.
4. В рамках заявленной в работе проблематики представляется необходимым определить понятия «творчество», «творческая деятельность» и «творческая работа».

Установлено, что творчество – деятельность, в которой раскрывается духовный мир личности; деятельность, основывающаяся на взаимосвязи направленности интеллекта личности и проявлением ее сил в активной деятельности. Творчество можно определить как деятельность, порождающую нечто новое, то, чего ранее не было.

Новизна, возникающая в результате творческой деятельности, может иметь как объективный, так и субъективный характер. Необходимо, чтобы в период начального образования в основе учебной деятельности выступила самостоятельная творческая деятельность, в значительной степени способствующая благоприятному развитию и воспитанию ребенка, а также положительному отношению обучающегося к учению.

Творческая деятельность на уроках чтения организуется благодаря использованию разнообразных творческих работ:

- чтение по ролям,
- инсценирование,
- драматизация;
- устное словесное рисование,
- знакомство с различными способами работы с деформированным текстом и использование их (установление причинно-следственных связей, последовательности событий: соблюдение этапности в выполнении действий);
- изложение с элементами сочинения,
- создание собственного текста на основе художественного произведения (текст по аналогии), репродукций картин художников, по серии иллюстраций к произведению или на основе личного опыта.

Основной критерий в распределении творческих работ по годам обучения – степень сложности данного вида работ. От более простых работ стоит постепенно переходить к более сложным видам [2, с. 137].

В методике выделяются три основных вида творческих работ: иллюстрирование, драматизация и рассказывание. Обозначим сущность каждого.

Иллюстрирование – прием создания иллюстраций к тексту произведения. Этот прием широко используется на уроках литературного чтения.

Методисты в свою очередь выделяют три основных формы иллюстрирования: графическое, словесное, музыкальное.

Словесным иллюстрированием называют связный рассказ учащихся о том, какую картину они нарисуют к тексту произведения.

Графическое иллюстрирование – это выполнение картины красками, карандашами, а также аппликация.

Музыкальное иллюстрирование – это подбор звуковых иллюстраций к тексту произведения.

Пересказом принято называть устную передачу содержания какого-либо прозаического произведения.

В зависимости от способа передачи образцового текста различают следующие виды пересказа:

- подробный, близкий к тексту образцу пересказ;
- выборочный пересказ;
- сжатый, или краткий, пересказ;
- творческий пересказ, или рассказывание.

Драматизация (или инсценирование) – это прием, основанный на перевоплощении обучающегося в некий художественный образ, это разыгрывание произведения в лицах, воспроизведение прочитанного в виде мини-спектакля.

В 20-е и 30-е годы XX века интерес методистов привлекает методика драматизации. Е. Е. Соловьева считает, что драматизация – это один из приемов анализа произведения, которая должна сочетаться с ним и подчиняться ему. Она предполагает, что необходимо использовать «драматический инстинкт» детей для составления ими собственных мини-инсценировок – импровизаций.

Е. Е. Соловьева считает, что наиболее целесообразно составлять сценки из школьной жизни, живые, отражающие переживания детей, их эмоции, настроения и чувства. При этом педагогу отводится не пассивная роль наблюдателя, а активного участника творческого процесса.

Е. Е. Соловьевой выделяется ряд типов драматизации:

- чтение по ролям с опорой на интонацию;
- чтение по ролям с описанием портретов героев, их жестов, мимики и одежды;

– инсценирование с детальным описанием декораций, портретов героев, их поз выражения лица;

– драматические импровизации [2, с. 138].

Драматизация является одним из видов творческой деятельности, требующим определенной подготовки учащихся, которая должна отражать основные закономерности хода творческого процесса. Наиболее эффективным является следующий порядок:

1) постановка творческой задачи, ее обсуждение и осознание;

2) накопление материала для последующей творческой работы: выбор из текста эпизода для инсценирования, его перечитывание, обсуждение содержания, редактирование эпизода;

3) планирование предстоящей творческой работы: обсуждение персонажей, их количество, характер, настроение; обсуждение интонации исполнения каждой роли, а также портретов персонажей, декораций спектакля и т.д.

4) собственно инсценирование: разыгрывание произведения в лицах;

5) анализ представления [2, с. 187].

К драматизации текста надо готовить детей постепенно: накапливать материал (отбирать эпизод, перечитывать его, обсуждать в нем моменты, которые связаны с последующей работой), тщательно отрабатывать само исполнение той или иной сцены, детальное обсуждать качество исполнения ролей. В этом случае использование приема драматизации будет неформальным, а послужит своеобразным стимулом для творческого прочтения текста.

Одним из видов драматизации является составление сценария спектакля со словесным описанием портретов персонажей, декораций, мизансцен интонации речи персонажей, который помогает с новой стороны посмотреть на произведение, попытаться додумать его содержание. Этот прием не требует сложных костюмов или декораций, а также долгих репетиций.

Составление сценария спектакля на основе прочитанного произведения с последующим проигрыванием каждой сцены является довольно сложным видом драматизации и ведется в следующем порядке:

1) постановка творческой задачи и ее обдумывание.

2) выбор из текста отрывков (сцен) для составления сценария.

3) перечитывание каждого отрывка с попутной редакцией (уточняются и дописываются реплики каждого персонажа и т.д.).

4) подробное описание места действия в каждой сцене, а так же декорации для нее

5) подробное описание действующих лиц в каждой сцене: их портретов, сценических костюмов, характеров, движений в момент диалога.

6) коллективный подбор актеров для сцены.

7) проигрывание сцены перед классом. Обсуждение качества спектакля с его участниками и зрителями.

Для реализации данного вида драматизации предполагается сказка Г.-Х. Андерсена «Гадкий утенок», с которой ученики знакомятся в 3 классе по программе «Школа России». Для драматизации будут привлечены следующие сцены:

1. Рождение Гадкого Утенка (Утенок вылутился из яйца).

2. Знакомство с обитателями птичьего двора (Утка представляет своих детей обитателям птичьего двора).

3. Жизнь Гадкого Утенка на болоте.

4. Превращение Гадкого Утенка в прекрасного лебедя.

Апробирование возможностей драматизации как вида творческой деятельности учащихся предполагается в период прохождения автором работы педагогической практики в одном из образовательных учреждений г. Кемерово.

Таким образом, современный образовательный процесс требует творческого развития личности, поскольку учащийся является полноправным субъектом образовательного процесса. Драматизация в свою очередь помогает раскрыть у учащихся творческий потенциал, так как в этом приеме задействовано больше всего видов деятельности, которые способствуют развитию личности младшего школьника.

Литература и источники

1. Федеральный государственный образовательный стандарт начального общего образования [Электронный ресурс] // Федеральный государственный образовательный стандарт <https://fgos.ru/>.
2. Мали, Л. Д. Методика обучения русскому языку и литературе в начальных классах. Введение. Методика обучения грамоте. Методика литературного чтения: учебн. пособие / Л. Д. Мали. – Пенза: Издательство ПГУ, 2014. – 220 с.
3. Соловьева, Е. Е. Игра – драматизация в школе / Е. Е. Соловьева. – М., 1977. – 327 с.
4. Литературное чтение. 3 класс. Учеб. для общеобразоват. учреждений в комплекте с аудиоприл. на электрон. носителе. В 2 ч. Ч. 2 / Л. Ф. Климова, В. Г. Горецкий, М. В. Голованова и др. – М.: Просвещение, 2013.– 223 с.

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Рабенко Т.Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 372.881.161.1'35

ПРОЕКТНАЯ МЕТОДИКА «ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ СЛОВА» И ЕЕ РОЛЬ В ОБУЧЕНИИ РУССКОМУ ЯЗЫКУ

Красникова Г.О.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
19gala71@mail.ru

В статье рассматриваются проектные методы, направленные на подробное изучение слова с целью повышения орфографической грамотности учащихся, а также для активизации научно-познавательной деятельности школьников. Одна из успешно применяемых в последнее время педагогических методик – «лингвистический портрет слова». Участвуя в проектах подобного рода, школьники применяют полученные ранее знания и умения, проявляют творческие способности, получают научно-исследовательские навыки в ходе работы с информацией. Данные лингвистические проекты также подразумевают участие школьников в научных конференциях, конкурсах, олимпиадах, турнирах.

Ключевые слова: лингвистический портрет слова, педагогические проекты, орфографическая грамотность, научно-исследовательская деятельность, индивидуальные или групповые проекты, лингвистические конкурсы.

DESIGN METHODOLOGY “LINGUISTIC PORTRAIT OF THE WORDS” AND ITS ROLE IN TEACHING THE RUSSIAN LANGUAGE

Krasnikova G. O.

Kemerovo State University

The article deals with project methods aimed at a detailed study of the word in order to improve the spelling literacy of students, as well as to activate the scientific and cognitive activity of schoolchildren. One of the recently successfully applied pedagogical methods is the linguistic portrait of a word. Participating in projects of this kind, students apply previously acquired knowledge and skills, show creativity, and acquire research skills in the course of working with

information. These linguistic projects also involve students' participation in scientific conferences, competitions, Olympiads, and tournaments.

Key words: linguistic portrait of a word, pedagogical projects, spelling literacy, research activities, individual or group projects, linguistic competitions.

В современной школе, образовательная программа которой организуется в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом (ФГОС), «ребенок учится в процессе двух видов деятельности: учебно-познавательной и проектной» [3, с. 6]. Проектная деятельность – педагогический метод, ориентированный на приобретение и применение новых знаний, необходимых для решения учениками (педагогами) поставленной задачи. В ходе выполнения проекта школьники учатся самостоятельно определять идею (замысел), ставить задачи, направленные на получение ожидаемого результата, анализировать полученную информацию или же применяют имеющиеся знания и опыт, проявляют творчество и инициативу.

В настоящее время ученые-лингвисты отмечают значимость проектной деятельности в отечественной филологии. По мнению исследователей-филологов, необходимо обратить внимание на подробное описание слова как отдельно взятой единицы языка, выявить его функциональные особенности. Следует отметить, что термин «словоцентризм», а именно подробное описание слова, впервые был предложен в статье «Формальная модель языка и представление лексикографических знаний» Ю.Д. Апресяном. По мнению Ю.Д. Апресяна, «лингвистическое портретирование – всестороннее, максимально подробное описание слова во всех его проявлениях, во всех выполняемых им функциях» является определенным «прорывом в микромир» [1, с. 123].

Лингвистический портрет слова – одна из признанных в последнее время методик педагогической деятельности. Данная методика может быть применена в двух случаях: а) как способ повышения орфографической грамотности учащихся, б) как способ активизации научно-исследовательской деятельности школьников. При этом во всех случаях реализуются как групповые проекты, так и индивидуальные, как правило, осуществляемые под научным руководством учителя.

«Лингвистический портрет слова» включает написание слова, его лексическое значение, указание синонимов и антонимов, фразеологических единиц, в которые входит анализируемое слово. Все перечисленные компоненты являются базовыми, характерными для большинства проектов. Помимо перечисленных, в некоторые лингвистические проекты включаются блоки, связанные с лингвокультурологической характеристикой портретируемого слова.

Принимая участие в подобных проектах, школьники не только расширяют словарный запас, исследуют многочисленные функции слова, заявленного в проекте, анализируют полученную информацию, делают выводы, но и в процессе исследования запоминают правильное написание данной лексической единицы. Создавая «лингвистический портрет» слова, учащиеся работают со словарями, многократно записывают, перечитывают, проговаривают используемую языковую единицу, тем самым запоминают правильное написание слова, повышают свой образовательный уровень. Лингвистические орфографические проекты позволяют оценить уровень школьных знаний, умений и навыков в использовании общих понятий, правил специфики раздела «Орфография». Именно поэтому лингвистические проекты в настоящее время становятся все более востребованными при изучении орфографии.

Другой немаловажный аспект такого рода проектов – участие школьников в научно-исследовательской деятельности. В настоящее время проводятся научные конкурсы, а также конкурсы, способствующие улучшению грамотности школьников, на которых могут быть представлены проектные работы. Лингвистические конкурсы подобного вида в образовательных организациях могут проходить в виде открытых уроков, турниров, олимпиад, конференций (см., например, образец такого мероприятия на сайте

Супертинейджер.рф [2]). Научные проекты предполагают узкоспециальные аспекты характеристики рассматриваемого слова, в частности, в научные проекты дополнительно включаются такие разделы, как «Этимология», «Фразеология», «Сравнительно-историческое языкознание» и т.д. Цель данных конкурсов – показать учащимся на примере проектов значимость, неповторимость, уникальность слова, пробудить интерес к родному языку, родной литературе, научить применять полученные ранее знания и навыки познавательной деятельности.

Как правило, в лингвистических конкурсах представляют проекты обучающиеся среднего звена (6-7 классы). Школьники данной возрастной категории чаще подготавливают индивидуальные проекты. Учащиеся старших классов более нацелены на групповые проекты, что положительно сказывается на результатах проведенного исследования. Групповое участие предполагает получение опыта совместной творческой деятельности, взаимодействия учащихся между собой с целью обмена, анализа и обобщения информации, решение коммуникативных проблем. Работая сообща, учащиеся распределяют поставленные задачи, каждый работает над своей частью проекта, в результате получается более полный лингвистический портрет слова.

Таким образом, можно говорить о том, что, разрабатывая и реализуя проекты «лингвистический портрет слова», обучающиеся имеют возможность экспериментировать, синтезировать полученные ранее знания, обогащать словарный запас, значительно улучшать орфографическую грамотность. Названные факторы и определяют востребованность и эффективность проектов в обучении русскому языку.

Литература и источники

1. Апресян, Ю. Д., Формальная модель языка и представление лексикографических знаний / Ю. Д. Апресян // Вопросы языкознания. – 1990. – № 6. – С. 123–139.

2. Супертинейджер. рф. [Электронный ресурс]. URL: http://xn--d1ababeji4aplhbqk6k.xn--p1ai/load/lingvisticheskij_portret_slova/38-1-0-5853 (дата обращения 21. 01. 2020).

3. Янушевский, В.Н. Учебное и социальное проектирование в основной и старшей школе: Методическое пособие. – М.: Сентябрь, 2017. – 224 с.

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Кондратьева О.Н., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 82

КОММУНИКАТИВНО-ДЕЯТЕЛЬНОСТНЫЙ ПОДХОД НА УРОКАХ ЛИТЕРАТУРЫ, ПОСВЯЩЕННЫХ ПРОБЛЕМЕ НАЗВАНИЯ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА

Парастаев П. С.

ФГБОУ ВО «кемеровский государственный университет»

koklushera@gmail.com

В статье рассматривается проблема названия текста в школьном литературном образовании. Представлены уроки, разработанные в русле коммуниктивно-деятельностного подхода, нацеленные на диалогические отношения ученика-учителя-текста. Рассмотрена проблема изучения литературоведческих понятий, которые представляют проблему для школьника в школьном среднем образовании. Показаны возможности работы учеников пятого класса с такой проблемой в диалоговой форме общения, вопреки расхожему мнению о несоответствии таких задач возможностям учеников нижнего раздела средней школы. Принцип построения уроков и ход урока базируется на работах С. П. Лавлинского, Л. Ю. Фуксона, при котором ученик активно чувствует в решении проблемы и учится использовать герменевтические схемы понимания текста. В статье доказывается тезис о том, что правильно спроектированный,

183

простроенный, верно проведенный урок литературы в школе может быть не просто «обсуждением» текста или монологом учителя, а актом понимания художественного целого, актом обучения и живого общения между учеником и учителем иерархически равными друг другу.

Ключевые слова: коммуникативно-деятельностный подход, название художественного текста, школьное литературное образование.

COMMUNICATIVE-ACTIVITY APPROACH IN LITERATURE LESSONS IN THE CONTEXT OF THE PROBLEM OF THE NAME OF A LITERARY TEXT

Parastaev P.S.

Kemerovo State University

The article considers the problem of the name of the text in school literary education. The lessons are presented, developed in line with the communicative-activity approach, aimed at the dialogical relations of the student-teacher-text. The problem of studying literary concepts that pose a problem for a student in secondary school is considered. The possibilities of fifth-grade students to work with such a problem in a dialogue form of communication are shown, contrary to popular belief that such tasks do not correspond to the capabilities of students in the lower section of secondary school. The principle of building lessons and the course of the lesson is based on the works of S.P. Lavlinsky, L. Yu. Fukson, in which the student actively participates in solving the problem and learns to use hermeneutic schemes for understanding the text. The article proves the thesis that a correctly designed, constructed, correctly conducted literature lesson in school can be not just a “discussion” of the text or a teacher’s monologue, but an act of understanding the artistic whole, an act of learning and lively communication between the student and teacher, hierarchically equal to each other to a friend.

Key words: communicative-activity approach, title of literary text, school literary education.

Проблема названия текста активно разрабатывается филологической наукой. Наметилось две точки зрения на феномен названия литературно-художественного текста: название – самостоятельный текст; название – часть текста[1]. Однако помимо статуса названия наметилась другая важная проблема: взаимоотношения названия с последующим текстом. Несмотря на сложность проблемы необходимость ее разработки и понимания очевидна, ведь невозможно опустить такую яркую деталь, как название, которое читатель видит перед самим текстом, что подготавливает его восприятие, задает некоторые внутренние ожидания к тому, что будет прочтено, открыто после прочтения названия названием. Этот этап чтения Лавлинский [2] (вслед за Хайдеггером) именуется этапом предпонимания – зарождение первичных впечатлений и ожиданий, направлений понимания.

Опыт рассмотрения данной проблемы в школьном образовании представляется важным и актуальным. Дети как начинающие читатели уже имеют предзаданные установки, и они не всегда верны. Научить правильному отношению к названию – важная задача для всего курса литературы в школе.

Построение урока в рамках коммуникативно-деятельностного подхода [2] предполагает самостоятельную работу учеников по заданной проблеме, большой диалог по поводу текста, который организуется педагогом-читателем. Тип проблемного урока оптимально подошел для достижения заданной цели – выяснить, что такое название текста. Для этого была создана пара уроков для учащихся пятого класса и выбраны следующие тексты: для первого урока был избран текст Н. А. Заболоцкого «Лебедь в зоопарке», для второго урока выбран текст И. А. Бунина «Часовня».

После ознакомления с текстом на первом уроке, записи вопросов к непонятным моментам в тексте (регулярная практика в классе) учитель обратил внимание на название текста («Почему текст назван так, а не иначе?»). Учащиеся представили несколько «наивных» вариантов ответа: *потому что в тексте говорится про лебедя в зоопарке; в*

названии выражена главная мысль текста; потому что пространство – зоопарк, а герой – лебедь. Далее со стороны учителя (а с развитием урока и со стороны учеников) последовали провокационные вопросы и замечания к предложенным ответам: в тексте говорится не только о лебедях в зоопарке, но и о других животных (попугаи), и о других пространствах (городские многоэтажки, мосты, дороги). Особое внимание было обращено на вариант «главной мысли текста». Такой заранее заданный ответ формального характера стал стереотипом мышления учеников, возвращенным уроками русского языка и некоторыми формами контроля учеников (ВПР, ГИА), постулирующими данный стереотип. Понятие главной мысли текста неприменимо к художественному типу текста [2].

Вопрос был сформулирован иначе: «Что такое название художественного текста?». Учениками был предложен ряд ответов: *из названия становится понятно, что будет дальше; сжатое содержание текста; автор называет текст так, как ему хочется.* Однако такой перечень не совсем удовлетворил уже критично настроенных учеников: *нельзя прочесть название и понять, про что будет книга; автор не может назвать текст просто так, он его называет так почему-то; сжатое содержание непонятно без остального текста.* Так учениками была осознана проблема названия художественного произведения (вдруг очевидная вещь предстала загадочной) и связи названия и текста. После обсуждения предложенных вариантов учитель изменил вопрос: как название «Лебедь в зоопарке» связано со всем остальным текстом? Здесь стоит сказать, что подобные виды деятельности по связи разных частей текста между собой были знакомы классу.

Выяснилось, что почти каждое слово можно связать со словом из названия, и вопросы, которые были записаны в начале урока, получили ответы (например, почему лебедь – красавица-дикарка?). Полученные ряды были записаны на доске:

Лебедь – красавица, дикарка, глазницы, головка, звери, весна, счастье.

Зоопарк – парк, искусственные воды, аметисты, изваянье, скрежет, трамвай, ограда, столица.

Это тип внутренних [3] связей текста, увиденных учениками, вывел вопрос о названии на другой уровень. Выявились противопоставление естественного (дикого) и искусственного, отраженное в названии текста. Ученица предложила определение «название – это отдельный текст, который связан с остальным текстом». Мысль получила развитие у одноклассников, и с помощью учителя был сделан вывод о том, что название – сжатый до предела смысл текста, который раскрывается при чтении текста. Такое определение совпало с определением из работы С. Кржижановского «Поэтика названий» - «название, постепенно, лист за листом разворачивается в книгу» [1].

Второй урок предлагал ученикам познакомиться с текстом И. А. Бунина «Часовня». Карточки с текстом, розданные учителем, содержали весь текст небольшого рассказа, однако не содержали названия текста – оно было специально убрано. После прочтения текста учениками учитель предложил прочесть текст еще раз, но уже с установкой на то, чтобы самостоятельно озаглавить текст. Такая задача призвана вызвать у детей понимание того, что текст именуется в связи с определенной логикой, также ученики помещаются в ситуацию, при которой понимают искусственность (рукотворный, созданный характер его происхождения) художественного текста.

На доске записывались варианты названий и их авторы:

«Один летний день» (Вова)

«Ребята из усадьбы» (Слава)

«Кладбище» (Соня)

«Старая часовня» (Матвей)

«Дядя в железном ящике» (Данил)

На следующем этапе урока учитель предложил детям подумать, почему авторы названий озаглавили текст именно так (при этом самих авторов спрашивали только после высказываний остальных учеников). Ниже приводятся правильно «угаданные» причины.

«Один летний день» - по первым словам в тексте.

«Ребята из усадьбы» - по героям, которые были в тексте.

«Кладбище» - по пространству и мотивам, которые обнаруживались в тексте.

«Старая часовня» - по месту основного действия рассказа.

«Дядя в железном ящике» - по самому непонятному моменту в рассказе.

Интересным моментом представляется то, что некоторые авторы отказывались от своих названий, обосновывая отказ тем, что в тексте есть еще много всего, что не входило в предложенные ими названия. Наиболее точным оказался вариант «Старая часовня». После обсуждения учитель назвал подлинное название текста, с которым ученики согласились и постарались раскрыть его связь с текстом.

Таким образом, работа с проблемой названия текста в школе, организованная как бы с двух сторон – от названия и к названию, – показывает высокий уровень способностей школьников к пониманию текста и решению литературоведческих и герменевтических проблем, несмотря на сложившиеся представления о наивности и неспособности школьников читать художественную литературу [2]. Умение связывать различные части текста, обнаруживать смысл, высказывать свои догадки и вести общий большой диалог – вполне адекватные методы работы с художественным текстом даже в пятом классе, если подойти к планированию и построению урока с нужной точки зрения и в нужном русле. Решение проблемы названия, которое носит исследовательский оттенок, продемонстрированное в настоящей статье, подтверждает мысль Давыдова о том, «что школьник должен в особой форме повторить открытия людей предшествующих поколений».

Литература и источники

1. Кржижановский С., Поэтика заглавий. – М.: Кооперативное издательство писателей, 1931 – 33с.

2. Лавлинский С. П., Технология литературного образования, коммуникативно-деятельностный подход. Учебное пособие для студентов-филологов. – М.: Прогресс-традиция; ИНФРА-М, 2003 – 384 с.

3. Фуксон Л. Ю., Чтение. – Кемерово: Кузбассвуиздат. – 2007 – 223 с.

4. Тюпа В. И., Произведение и его имя: Литературный текст: Проблемы и методы исследования / Аспекты теоретической поэтики. М.; Тверь, 2000. - Вып. VI

Научный руководитель – д-р фил. наук, проф. Фуксон Л. Ю., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК: 37. 013

ИНТЕГРАЦИЯ ЧЕШСКОГО ЯЗЫКА КАК КОМПОНЕНТА СЛАВЯНСКОЙ ФИЛОЛОГИИ В ШКОЛЬНЫЙ КУРС ПО РУССКОМУ ЯЗЫКУ

Писаренко С.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

pisarenko_svetik@mail.ru

В данной статье мы рассматриваем необходимость введения компонентов славянской филологии на примере чешского языка в школьный курс по русскому языку. Необходимость выявлена существующим Федеральным образовательным стандартом, современными компетенциями в образовании, всемирной тенденцией к метапредметному знанию, развитием навыков soft-skills, наличием раздела по славистике в банке заданий Всероссийской олимпиады по русскому языку. Внедрение предполагается сделать с помощью процесса интеграции, который предстает инновационным методом в системе образования. Выбор чешского языка как компонента славянской филологии обусловлен уникальностью исторического аспекта и современной языковой ситуации, а именно

186

наличием дистанции между кодификацией литературного языка и узусом повседневного общения. Являясь родственными языками одной группы, чешский и русский представляют несомненный интерес в области лингвистической компаративистики, сопоставления, имея колоссальные сходства не только на устойчивых, но и динамически развивающихся языковых уровнях. Интегрирование чешского языка в школьный курс русского позволит дать более глубокие знания в области филологии, которые необходимы не только для понимания учащимися современной языковой ситуации, но и для работы с одаренными детьми.

Ключевые слова: русский язык, чешский язык, компаративистика, интеграция, родство славянских языков, федеральный государственный образовательный стандарт, метапредметное знание.

INTEGRATION OF CZECH AS A COMPONENT OF SLAVIC PHILOLOGY IN THE RUSSIAN LANGUAGE SCHOOL COURSE

Pisarenko S. A.

«Kemerovo state University»

In this article, we consider the need to introduce components of Slavic Philology on the example of the Czech language in the school course on the Russian language. The need is determined by the existing Federal educational standard, modern educational competencies, the global trend towards meta-subject knowledge, the development of soft skills, and the presence of a section on Slavistics in the Bank of tasks of the all-Russian Olympiad in Russian. Implementation should be carried out through the integration process, which is an innovative method in the education system. The choice of the Czech language as a component of Slavic Philology is due to the uniqueness of the historical aspect and the modern language situation, namely, the distance between the codification of the literary language and the usus of everyday communication. As related languages of the same group, Czech and Russian are of great interest in the field of linguistic comparative studies, having a huge similarity not only at a stable, but also at a dynamically developing language level. Integrating Czech into the school's Russian language course will provide a deeper knowledge of Philology, which is necessary not only for students to understand the current language situation, but also for working with gifted children.

Keywords: Russian language, Czech language, comparative studies, integration, Slavic languages, Federal state educational standard, meta-subject knowledge.

Сегодня новый Федеральный образовательный стандарт является метапредметным, что предполагает не только более глубокое, всестороннее знание предмета, но и развитие необходимых в современном мире гибких навыков (soft-skills): критическое мышление, поиск и анализ информации, умение решать комплексные задачи, творческое мышление. ФГОС ориентируется на современные образовательные тенденции, такие как мобильность, открытость, интегративность, гуманитаризация образования, призванная формировать целостную картину мира обучающегося, национальная направленность, ориентация на личность, непрерывность образования, что открывает возможность для постоянного углубления общеобразовательной подготовки [1].

Курс русского языка в школе на сегодняшний день направлен на изучение языка прежде всего в синхроническом аспекте, основной акцент сделан на ортологию, то есть нормированность. Этого недостаточно для глубокого знания предмета. В курсе практически отсутствует не только необходимый исторический комментарий, но и материалы сравнительно-сопоставительного характера по славистике. Введение компонентов славянской филологии соответствует современным задачам образования, расширяет диапазон гуманитарно-лингвистических знаний, что позволит актуальным гуманитарным дисциплинам, таким как лингвистическая компаративистика, сопоставительная лингвистика стать частью школьной программы, существенно ее углубив. В банке заданий Всероссийской олимпиады по русскому языку и других лингвистических конкурсах

присутствуют вопросы по истории языка и славистике, они включают в себя сравнение между собой лексем русского и других родственных языков, определение их значений и происхождение. Все это подчеркивает необходимость введения частей славяноведения в курс по русскому языку для учащихся средней школы.

Одним из способов внедрения компонентов славистики в школьный курс русского языка можно назвать интеграцию. Интеграция в переводе с латинского языка (*inteder* – целый) – процесс воссоединения, объединения в целое ранее разрозненных частей и элементов [2]. Термин «интегративное обучение» в педагогике понимается как подчинение единой цели воспитания и обучения однотипных частей и элементов содержания, методов и форм в рамках образовательной системы на определенной ступени обучения [3]. Интегрированное обучение можно назвать образованием будущего, так как оно объединяет учебные дисциплины в комплексы или системы, суммирует средства содержания, методы и виды обучения, целью которых является формирование у обучаемых качественно новой целостной системы знаний и умений.

Русский язык представляется одним из наиболее интегрируемых предметов в российской системе образования, так как он связан непосредственно со всеми школьными дисциплинами, без него невозможна никакая мыслительная, метаязыковая и научная деятельность, он многоаспектен и отражает все стороны действительности. На сегодняшний день существует множество интегрированных курсов по русскому языку, где установлена связь с другими гуманитарными предметами, такими как литература, история, обществознание, с естественными и точными науками – информатика, биология и т.д, но недостаточно курсов, где присутствует интеграция русского языка с компонентами славянской филологии, инославянскими языками, одним из которых, по нашему мнению, может выступать чешский язык.

Чешский язык представляет несомненный интерес с точки зрения изучения русского языка на фоне родственных славянских связей, развития литературных языков, в аспекте изучения современных языковых ситуаций. Чешский язык является одним из популярных славянских языков в связи с тем, что сегодняшняя Чехия является крупным туристическим, образовательным и культурным центром Европы. Так, перспективным является образование в Чешской Республике, для которого характерно наличие современных направлений обучения, инновационного методического оснащения и передовых образовательных технологий.

Уникальность чешского языка состоит в его историческом пути, наличии ощутимой дистанции между узусом непринуждённого повседневного общения на чешском языке и действующей кодификацией чешского литературного языка. В отличие от других славянских языков чешский литературный язык возник не на базе существующего современного литературного узуса или же современного разговорного языка, а на основе литературной нормы двухвековой давности. Так, для чешской языковой ситуации характерно наличие двух центральных форм существования чешского языка – литературного языка (*spisovná čeština*) и идиома *obecná čeština* [4]. В развитии современного чешского языка сегодня обозначились следующие тенденции: нивелируются диалекты, общенациональный чешский язык становится все более стандартизованным и обогащенным американизмами. Тем не менее, будучи языком славянского происхождения, современный чешский язык сохраняет все присущие западнославянской языковой группе признаки. Синтаксическое строение языка упростилось, отметился отход от сложных периодов. С другой стороны, намечается более тонкая дифференциация в употреблении союзов, появляются новые предлоги и предложные конструкции.

Являясь родственными языками, чешский и русский имеют между собой аналогии на языковых уровнях. Лексика принадлежит к наиболее динамически развивающимся уровням языка, в отличие от грамматического строя, однако, родство славянских языков проявляется особенно в лексическом составе языков, например, чешском и русском, в наименованиях близких родственников. Так, лексемы русского языка «мать», «отец», «сын», «дочь», «брат»,

«сестра» идентичны лексемам в чешском языке - «matka», «otec», «syn», «dcera», «bratr», «sestra». Сходство состоит не только в фонетике и семантике слов, общими являются морфемные и морфологические признаки. Все эти лексемы в обоих языках относятся к существительным и тождественны по признаку рода.

Исходя из этого мы можем предположить, что интегрирование будет осуществляться посредством создания элективного курса, который будет включать компоненты русского языка и славистики, соответствовать задачам ФГОС, действовать, согласуясь со школьным курсом русского языка. К примеру, если на уроках русского языка будут рассмотрены деепричастия, то темы элективного курса будут аналогично направлены на данную часть речи. Сопоставление деепричастий в русском и чешском языках укажет на идентичность функционирования части речи и способов ее образования. Все это, по нашему мнению, позволит закрепить знания о структуре русского языка и понять его место в системе славянских языков.

Таким образом, мы приходим к тому, что интегрирование чешского языка как компонента славянской филологии в курс русского языка для учащихся средней школы необходимо для расширения гуманитарно-лингвистических знаний, понимания истории русского языка и современной языковой ситуации посредством сопоставления с генеалогически родственным языком.

Литература и источники

1. Федеральный государственный образовательный стандарт. Электронный ресурс. URL: <https://fgos.ru/> (дата обращения: 2 февраля 2020 г)
2. Словарь иностранных слов. М.: Русский язык. 1987, С.196.
3. Сухаревская Е.Ю. Технология интегрированного урока. – Ростов н/Д., Учитель, 2003, 128 с.
4. Нешименко Г. П. Языковая ситуация в славянских странах: Опыт описания. Анализ концепций. М.: Наука, 2003. – 279 с.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Евпак Е.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 376.356:159.99

МЕТОДИКА ИЗУЧЕНИЯ УРОВНЯ ШКОЛЬНОЙ АДАПТАЦИИ ДЕТЕЙ С НАРУШЕНИЯМИ СЛУХА

Соколова Е.Г.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
sokolova_eg96@mail.ru

На сегодняшний день одним из актуальных вопросов является проблема изучения уровня адаптации ребенка с нарушениями слуха к условиям школьного обучения. Под адаптацией мы понимаем перестройку внутреннего динамического стереотипа в зависимости от изменения внешних условий. Для того, чтобы собрать как можно больше сведений об адаптации ребенка с нарушениями слуха к условиям школьного обучения, психологу необходимо провести комплексную диагностику. В связи психофизиологическими особенностями детей данного расстройства, диагностический материал необходимо переработать таким образом, чтобы он был понятен. Так как школьная адаптация – многоуровневый процесс, мы выделили несколько наиболее значимых компонентов, в соответствие с которыми будет проведена комплексная диагностика детей с нарушениями слуха. Этими компонентами являются: успеваемость, самооценка, социализация и учебная мотивация. Для каждого компонента были подобраны соответствующие методики, которые можно объединить и провести комплексную диагностику ребенка с нарушением слуха для определения уровня его школьной адаптации. Для более точного заключения методики должны включать как объективные, так и субъективные параметры. В дальнейших работах

189

будут отражены результаты исследования уровня школьной адаптации у детей с нарушениями слуха.

Ключевые слова: школьная адаптация, структура адаптации, диагностика школьной адаптации, дети с нарушением слуха, успеваемость, мотивация.

METHODS FOR STUDYING THE LEVEL OF SCHOOL ADAPTATION OF CHILDREN WITH HEARING DISORDERS

Sokolova E.G.

Kemerovo State University

Annotation: Today, one of the most pressing issues is the problem of studying the level of adaptation of a child with hearing disorders to school conditions. By adaptation we mean the restructuring of the internal dynamic stereotype depending on changes in external conditions. In order to collect as much information as possible about the adaptation of a child with hearing disorders to school conditions, a psychologist needs to conduct a comprehensive diagnosis. Due to the psychophysiological features of children of this nosology, the diagnostic material must be processed in such a way that it is understandable. Since school adaptation is a multi-level process, we have identified several of the most important components, in accordance with which a comprehensive diagnosis of children with hearing disorders will be carried out. These components are: academic performance, self-esteem, socialization, and academic motivation. For each component, appropriate methods were selected that can be combined and a comprehensive diagnosis of a child with hearing impairment can be performed to determine the level of his or her school adaptation. For a more accurate conclusion, methods should include both objective and subjective parameters. Further work will reflect the results of a study of the level of school adaptation in children with hearing disorders.

Key words: school adaptation, adaptation structure, diagnostics of school adaptation, children with hearing disorders, academic performance, motivation.

На сегодняшний день одним из актуальных вопросов является проблема изучения уровня адаптации ребенка с нарушениями слуха к условиям школьного обучения. Эта проблема связана в первую очередь с тем, что у детей с ограниченными возможностями здоровья данного расстройства обнаруживаются нарушения в психическом и физическом развитии. Соответственно, школьная адаптация у ребенка с нарушением слуха будет протекать иначе, чем у здорового ребенка.

С физиологической точки зрения, под адаптацией мы понимаем перестройку внутреннего динамического стереотипа в зависимости от изменения внешних условий [1].

Структура адаптационной готовности включает многоуровневую готовность психофизиологических (состояние и предрасположенность нервной системы к определенным действиям, эмоциональные состояния, способствующие или не способствующие определенным действиям), психологических (когнитивные, мотивационные, волевые явления) и социально-психологических (социально-перцептивные, коммуникативные и интерактивные явления) уровней психической активности [2].

Составляющие компоненты адаптационной готовности школьника развиваются гетерохронно, что связано с возрастными, индивидуальными и ситуативными факторами, определяющими своеобразие психического и личностного развития учащегося [3]. В разные периоды школьной жизни на первый план выдвигаются отдельные компоненты адаптационной готовности личности, обеспечивающие необходимое приспособление к новым требованиям образовательной среды и на этой основе последующее развитие обучающегося.

Для того, чтобы собрать как можно больше сведений об адаптации ребенка с нарушениями слуха к условиям школьного обучения, психологу необходимо провести

комплексную диагностику. В связи психофизиологическими особенностями детей данного расстройства, диагностический материал необходимо переработать таким образом, чтобы он был понятен.

Таким образом, диагностические задания для детей с нарушениями слуха должны быть представлены в доступной им форме - вербальный и невербальный уровни включены в характерные виды детской деятельности [4]. Возникает необходимость в разработке методик, которые будут направлены на исследование школьной адаптации исключительно детей с нарушениями слуха.

Так как школьная адаптация – многоуровневый процесс, мы выделили несколько наиболее значимых компонентов, в соответствии с которыми будет проведена комплексная диагностика детей с нарушениями слуха. Этими компонентами являются: успеваемость, самооценка, социализация и учебная мотивация.

Для каждого компонента были подобраны соответствующие методики, которые можно объединить и провести комплексную диагностику ребенка с нарушением слуха для определения уровня его школьной адаптации. Для более точного заключения методики должны включать как объективные, так и субъективные параметры.

Для изучения социализации психологу стоит прибегнуть к методу наблюдения: посещение уроков и группы продленного дня даст необходимые сведения для оценки уровня школьной адаптации. Для этих целей будет разработан специальный бланк экспертной оценки, в котором будут отражены критерии определения социализации ребенка: его общение с педагогами и сверстниками, поведение на уроках и во внеучебной деятельности и т.д.

Самооценка – также важный параметр успешной адаптации ребенка к условиям школьного обучения. Так как круг диагностических методик для детей с ограниченными возможностями здоровья крайне ограничен, мы предлагаем использовать адаптированную методику Л.П. Пономаренко «Дерево» (или «Человечки на дереве»). Благодаря простой инструкции и понятному заданию, данную методику смогут выполнить как здоровые дети, так и дети с нарушениями слуха.

Оценить учебную мотивацию детей с нарушениями слуха с помощью существующих методик нельзя – они предназначены для здоровых детей или для детей с незначительными психическими и физическими нарушениями в развитии. Различные опросники будут непонятны детям с нарушениями слуха в силу ограниченного активного и пассивного словарей, а также узкого социально-бытового окружения. Возникает необходимость создания специальной методикой, в основе которой будет лежать проективная методика. В данный момент мы занимаемся ее разработкой и представим в следующих научных трудах.

Изучение успеваемости ребенка с нарушениями слуха подразумевает анализ его оценок – благодаря этому объективному параметру можно будет проверить, правильный ли был сделан вывод по остальным критериям школьной адаптации.

В дальнейших работах будут отражены результаты исследования уровня школьной адаптации у детей с нарушениями слуха. Также будет подготовлена и апробирована методика, разработанная специально для детей с нарушениями слуха. Для достоверности результата методика будет проверена не только на детях с ограниченными возможностями здоровья, но и на детях нормы.

Литература и источники

1. Белова, И. Н., Поникарова, В.Н. Особенности адаптации детей с овз к дошкольной организации в условиях инклюзивного образования [Электронный ресурс] / И. Н. Белова, В. Н. Поникарова. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-adaptatsii-detey-s-ovz-k-doshkolnoy-organizatsii-v-usloviyah-inklyuzivnogo-obrazovaniya>.

2. Григорьева, М. В. Динамика системы взаимодействий школьника и образовательной среды на разных этапах обучения // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика. - 2009. - Т. 9, № 4. - С. 104-109.

3. Шамионов, Р. М. Адаптационная готовность выпускников школы и первокурсников вуза во взаимосвязи с социально-психологическими факторами // Психология обучения. - 2012. - № 11. - С. 116-123.

4. Соловьев, И. М. Психология глухонемых детей / И. М. Соловьев. - М.: Наука, 1983. – 368 с.

Научный руководитель – канд. псих. наук, доц. Янко Е.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 81.119

ГЕНДЕРНОЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ШКОЛЬНЫХ СОЧИНЕНИЙ ПО КАРТИНЕ

Степанова А.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

c254@yandex.ru

Данное научное исследование посвящено выявлению различающих языковых особенностей в письменной речевой деятельности мужской и женской языковых личностей. Статья принадлежит направлению гендерной лингвистики, основными задачами которого является поиск ответа на общий вопрос о том, во-первых, насколько правомерно говорить о понятиях «мужской» и «женский» текст, а во-вторых, выявление и описание конкретных языковых проявлений и различий. Для решения названных задач в нашем исследовании избран материал, который в наибольшей мере зависит от врожденных и приобретенных способностей, и в наименьшей степени зависимый от фактора образованности, окультуренности носителя языка, таким материалом является речевая продукция обучающегося среднего школьного возраста.

Ключевые слова: языковая личность, языковая способность, гендер, гендерная лингвистика, гендерная языковая личность, сочинение по картине.

GENDER LINGUISTIC RESEARCH SCHOOL ESSAYS ON THE PAINTING

Stepanova A.A.

Kemerovo State University

This research is devoted to identifying the prevailing language features in the written speech activity of male and female language personalities. The article belongs to the field of gender linguistics, the main objectives of which are to find an answer to the question of, first, how legitimate it is to talk about the concepts of «male» and «female» text, and secondly, to identify and describe specific language manifestations and differences. To solve these problems, our study selected the material that is most dependent on innate and acquired abilities, and least dependent on the factor of education, culture of the native speaker, such material is the speech production of students of secondary school age.

Key words: linguistic personality, language ability, gender, gender linguistics, gender language personality, essay on the painting.

В настоящее время на уроках русского языка основополагающим содержанием учебной программы является использование текста как обучающей и развивающей среды. Такой подход заключается в создании совместной творческой деятельности, которая бы могла заинтересовать обучающегося, поэтому на уроках русского языка используется такой речевой жанр как сочинение по картине. «В рамках антропоцентрической лингвистики текст предстаёт как персонотекст, то есть текст в аспекте проявления особого качества языковой способности языковой личности» [1, с.4-9]. Как правило, картина, по которой

пишут сочинения обучающиеся, одна для всех. На момент выполнения такого задания у каждого ученика имеется свой набор языковых средств и способов выражения мыслей, которые реализуются в соответствии с потребностями и способностями автора.

Мы полагаем, что тип языковой способности зависит ко всему прочему также и от гендерной принадлежности языковой личности. Мальчики и девочки по-разному видят и описывают одну картину. Следовательно, такой вид деятельности является наиболее удобным для выявления языковых личностей, так как по сочинению можно проследить не только уровень владения языковыми нормами, но и способ языкового представления, исходя из гендерного своеобразия.

Для преподавателя разнообразие интерпретаций увиденного учениками осложнено тем, что они не имеют критериев оценивания такого многообразия, а главное не имеют ответа на вопрос о формах и содержании учета такого разнообразия в реальном учебном процессе. А это значит, что преподаватели не могут учитывать индивидуальный стиль познавательной деятельности учащегося, так как нет возможности выходить за рамки существующего стандарта, который выстраивается под один тип языковой личности – рационально-логический. Поэтому до сих пор остается открытым вопрос о том, следует ли стремиться к стандартизации языковых способностей разных учащихся или, напротив, к развитию их индивидуальных особенностей, которые предполагают выход за существующие стандарты. Для ответа на поставленные вопросы необходимо сначала рассмотреть саму природу разнообразия, включающую в себя и проникновение гендерного своеобразия в мыслительную деятельность учеников женского и мужского полов, так как данный аспект вносит свои коррективы в выбор языковых средств при написании сочинения по картине. В многообразии толкований следует выделить частное и общее, а именно индивидуальное и типичное, за тем на основании этого попытаться типизировать, так как это поможет в дальнейшем организовать учебный процесс на основе принципов личностно-ориентированного обучения.

В качестве объекта исследования гендерного своеобразия в статье выступают языковые личности современных российских школьников 7-го класса.

Для выявления гендерных языковых особенностей были проанализированы 42 единицы письменной речевой деятельности 42-х учеников 7-го класса, из которых 21 сочинение по картине принадлежало юношам и 21 девушкам. Сочинения были написаны на основании одной картины И. Бродского «Летний сад осенью».

Параметрами выявления гендерного своеобразия мужских и женских языковых личностей послужили противопоставления на основе:

1. Вступление в сочинение,
2. Способ описания картины (описание, сюжет),
3. Способ восприятия (логика, эмоциональность);

Далее мы перейдем к иллюстрации того, как функционируют выделенные нами параметры в написанных сочинениях:

1. **Вступление в сочинение.** Так, в ходе исследования, в соответствии с выбранными критериями, **мы обнаружили, что многие обучающиеся по-разному начинают сочинение**, так, например, многие женские языковые личности (10 человек-23,8%) вступают со слов: «*Передо мной картина «летний сад»*», «*Перед нами картина*», «*Передо мной картина И. Бродского «Летний сад осенью»*», «*На картине И. Бродский изображен летний сад осенью*», что касается мужской языковой личности, то такое вступление свойственно только 2 представителям (4,7%): «*Передо мной картина И. Бродского «Летний сад осенью»*», «*Передо мной видна картина*». Почти половина обучающихся (47,7%) начинает сочинение со слов: «*На картине Бродского летний сад осенью я вижу*», «*На этой картине видна...*», «*На картине И. Бродского «Летний сад осенью» изображен*», «*Я вижу на этой картине*», из них 13-ть сочинений принадлежат женской языковой личности и 7-мь мужской. Оставшаяся часть обучающихся (23,8%) работу начинает с небольшого рассуждения, например, «*Осенний сад прекрасен и безупречен*», «*Это наша*

русская осень» «На взгляд картина выглядит уныло», некоторые олицетворяют себя героями картины: «Я сегодня гуляла по парку и я посмотрела на небо», «Сегодня я вышла на прогулку».

2. **Способ описания картины.** В ходе анализа работ было выявлено, что **женской языковой личности (42%) свойственно восстановление сюжета на наблюдаемом фрагменте**, так, например, описывая беседку, многие девочки продумали то, как может быть использована беседка для героев картины, то есть они не просто описывали сооружение, но и наделяли его определёнными функциями: «В стороне стоит маленькая светлая беседка, в которой можно укрыться от дождя», «На краевой стороне располагается светло-голубая беседка, в которой можно посидеть читая книгу или газету», «Рядом стоит беседка нежно-голубого цвета, в которой можно посидеть и отдохнуть после прогулки», «В стороне стоит маленькая беседка в которой можно скрыться от дождя». **Мужской языковой личности свойственно описание элементов картины:** «В правой части есть деревья, беседка и дорожка», «Справа на ней изображена беседка белого цвета», «На картине стоит старенькая беседка» **и только 3 обучающихся (7,1%) пытались восстановить сюжет:** «Вот мамочки с колясками дети бегут друг за другом», «может быть они убирают листья», «в ней можно было спрятаться от дождя или жаркого солнца».

3. **Способ восприятия.** В результате исследования было выявлено, что **38% мужской языковой личности характерна логическая связь между наблюдаемыми объектами**, так как они устанавливают внутренние закономерности, а также причинно-следственные связи между воспринимаемыми объектами на картине.: «значит зима уже скоро вступит в дело», «там есть беседка чтобы: отдохнуть, посидеть, обниматься», «видно что погода холодная так как видно что люди одеты тепло», «в саду нет птиц так как наступила холодная осень», «беседка в которой люди могут отдохнуть», «белая беседка... Она и есть ещё одна посланница лета», **остальным 12% свойственно описание картины с небольшой эмоциональностью:** «картина очень скучная», «картина очень красивая и интересная». **Женской языковой личности (33%), так же как и мужской характерно установление причинно-следственной связи между объектами на картине:** «Над парком хмурое небо с темными облаками с темными облаками. Оно будто предупреждает, что скоро кончатся спокойные дни», «На этой картине изображена осень, некоторые деревья уже без листьев, скорее всего у них октябрь», **оставшимся 17 % характерна эмоциональная сторона при написании сочинения:** «так красиво украшена беседка», «Картина скучна, везде темные тоны, на кладбеще и то веселее», «я почувствовала то что начался дождь».

В ходе исследования полученные результаты обусловили формирование рекомендаций для учителей русского языка:

1. При оценивании сочинений по картине не оставлять без внимания то, что у каждого обучающегося индивидуальная языковая способность и способ представления внеязыковой действительности.

2. Для продуктивного формирования языковой личности следует учитывать её особенности, в том числе и гендерные, следовательно, если языковая личность мальчика или девочки описывает картину не по существующему стандарту, то это не значит, что сочинение является неправильным.

3. Так как сочинение по картине является одной из творческих работ обучающегося, то это значит, что стандарт не может повлиять на уровень и качество мыслительной деятельности языковой личности, так как это зависит от его индивидуальных способностей языкового представления. Следовательно, стоит неформально подходить к анализу сочинений и другим методикам, проливающим свет на проблемы гендерно обусловленных различий поведений.

Таким образом, результаты позволяют сделать вывод о том, что существуют определённые языковые различия, характерные для письменной речи обучающихся

среднего школьного возраст. Для продуктивного формирования у обучающихся знаний, умений и навыков необходимо учитывать их особенности, следовательно, целью гендерного подхода является не просто выявление гендерных особенностей, но и объяснение механизмов их формирования, создание реальных условий для развития внутреннего потенциала индивидуума.

Мы полагаем, что представленные в данной работе методики могут стать прецедентом других подобных исследований, однако считаем, что результаты нашего исследования нельзя проецировать на все возрастные и социальные категории людей. В данной работе были выявлены гендерные различия конкретной группы людей, относящихся к определённой возрастной и социальной категории, а именно особенности письменной речи языковых личностей мальчиков и девочек среднего школьного возраста.

Литература и источники

1. Голев, Н.Д. Языковая личность, антропотекст и лингвоперсонологическая гипотеза языка // Филология: XXI в. (теория и методика преподавания): Материалы Всероссийской конференции, посвященной 70-летию БГПУ. – Барнаул, 2004. – С. 4-9.

2. Шпильная, Н. Н. Сочинение по картине как основа для типологии и диагностики типа языковой личности [Текст] / Н. Н. Шпильная // Лингвоперсонология и личностно-ориентированное обучение: учебное пособие / под ред. Н. В. Мельник. - Кемерово: ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет», 2009. – С. 63-74.

3. Лингвоперсонология: типы языковых личностей и личностно-ориентированное обучение / Под ред. Н. Д. Голева, Н. В. Сайковой, Э. П. Хомич. – Барнаул; Кемерово, 2006. – 435 с.

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Голев Н. Д., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 372.881.161.1'35

РАБОТА СО СЛОВАРЯМИ И ЕЕ РОЛЬ В ПОПОЛНЕНИИ СЛОВАРНОГО ЗАПАСА ОБУЧАЮЩИХСЯ

Юнусова Д. Р.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

Dinara.yunusova1996@yandex.ru

Проблема обогащения словарного запаса обучающихся имеет свою историю в педагогической традиции. Тем не менее, вопросы методики проведения словарной работы по-прежнему обсуждаются в педагогической литературе, продолжаются активные поиски наиболее эффективных способов пополнения словарного состава школьников в новых условиях современного мира. Одним из таких способов является работа со словарями. В статье рассматривается специфика работы со словарями (С.И. Ожегова, В.И. Даля и др.) обучающихся разных возрастов, а также описывается проектная лексикографическая методика, предполагающая самостоятельное создание обучающимися словарных статей к учебному словарю – «Словарю экономических терминов в российских СМИ XXI в.». Описываются этапы работы над словарем, структура словарной статьи, в качестве примера демонстрируется словарная статья термина «девальвация».

Ключевые слова: словарная работа, проектная деятельность, словарный состав, экономическая терминология, девальвация

WORKING WITH DICTIONARIES AND ITS ROLE IN SUPPLEMENTING THE VOCABULARY OF STUDENTS

Yunusova D. R.

The problem of enriching the vocabulary of students has its own history in the pedagogical tradition. Nevertheless, questions of the methodology for conducting vocabulary work are still discussed in the pedagogical literature; active searches continue for the most effective ways to replenish the vocabulary of students in the new conditions of the modern world. One such way is to work with dictionaries. The article discusses the specifics of working with dictionaries (S.I. Ozhegov, V.I. Dahl and others) of students of different ages, and also describes the design lexicographic technique, which involves the independent creation by students of vocabulary articles for the educational dictionary – “Dictionary of Economic Terms in Russian Media of the XXI century. ” The stages of work on the dictionary, the structure of the dictionary entry are described, the dictionary entry of the term “devaluation” is shown as an example.

Key words: vocabulary work, project activities, vocabulary, economic terminology, devaluation

Перед учителем русского языка сегодня поставлено две главных задачи: научить грамотно писать и научить правильно говорить. Грамотно говорить – это значит уметь выбирать языковые единицы, вводить их в определенный контекст или для своего текста подбирать слова. Обучающийся должен понимать значение слов, выбирать верную грамматическую форму слова, из нескольких вариантов (синонимического ряда) выбирать то слово, которое наиболее подходит по стилю, выстраивать синтаксически правильные конструкции – только в этом случае можно считать, что задача обучения говорению выполнена.

Словари играют важную роль в формировании языковой культуры обучающихся: учат чувствовать, а значит, понимать слово. Первые навыки обращения к толковому словарю учащиеся приобретают в пятом классе. Они знакомятся с понятиями *словарная статья, заголовочное слово, грамматическое и лексическое значение слова*, учатся распознавать пометы в словарных статьях. С этого времени рекомендуется пользоваться регулярно «Толковым словарем русского языка» С. И. Ожегова[6], последнее издание словаря содержит 72500 слов и 7500 фразеологических выражений. Здесь отражены изменения в общелитературном языке, в политической, специальной и профессиональной лексике, жаргонизмы, слова-однодневки, а также иноязычные слова. Пятиклассник с трудом ориентируется в таком объеме лексических единиц, но при регулярном обращении к словарям у ребенка развивается интерес, а в дальнейшем и потребность читать и находить интересное и важное для него.

В шестом классе учащиеся знакомятся со «Словарем живого великорусского языка» В. И. Даля. Общение с этим словарем – это активная работа с диалектными (областными) словами, с действительно, с живым языком, потому что В. И. Даль представил нам не просто слова, а русскую жизнь во всем ее многообразии. В. И. Даль в предисловии к словарю писал: «Наши местные говоры – законные дети руссаго языка и образованы правильнее, вернее и краше, чем наш письменный жаргон» [4]. Например, в словарной статье к слову «Баринь» находим не только лексическое значение, но и богатейший иллюстративный материал к слову из разных местностей России, варианты слова в разных жизненных ситуациях, пословицы, поговорки, фразеологизмы.

В среднем звене уместно использовать «Словарь синонимов русского языка» и «Словарь антонимов русского языка». Если учитель тщательно работает над сочинениями и изложениями учащихся, то и дети начинают искать варианты слов и выражений, а это прямой путь к словарям русского языка. На таких практических занятиях и приобретается опыт работы со словом, расширяется словарный запас. Работа над лексическим значением слова и рассматривание его в контексте – это должно стать центром урока по таким разделам, как «Лексика», «Морфемика», «Словообразование». В учебнике 10 класса Н. Г. Гольцовой, И. В. Шамшина, М. А. Мищерина [3] предполагается работа как с лексическим

значением, историей слова отдельных слов, так и рассматриванием слов в текстах. Например, учащиеся анализируют слово «Каникулы» в разных словарях, в том числе этимологическом. Такой анализ слов и текстов невозможен без обращения к лингвистическим словарям.

К девятому-десятому классам у обучающихся накапливается опыт работы со словарями, в этот период можно переходить к деятельности по самостоятельной работе над составлением словника, написанием словарной статьи, составлением словарей, тем самым школьники не только развивают языковые компетенции, но и активно вовлекаются в проектную деятельность. Проектная деятельность на данном этапе занимает лидирующее место в школьном образовании. Обучающиеся преобразовывают свой опыт в процессе речевой деятельности, обеспечивают связь обучения с жизнью в процессе игры и труда.

Примером проектного лексикографического исследования является «Словарь экономических терминов в российских СМИ XXI в.». Обращение к языку СМИ определяется тем, что именно они наиболее активно реагируют на изменения во всех сферах жизни общества, являются активными проводниками новых слов, интерпретаторами существующих значений. Именно масс-медиа зачастую формируют новые оттенки и новые значения слов из разных сфер действительности [5, с. 38–50].

Составлением словаря занимаются сами учащиеся, они формируют словник, подбирая популярные экономические термины, применяемые в современной деловой жизни, анализируют контексты, в которых употребляются эти термины, определяют значение, в котором масс-медиа используют исследуемые термины, сравнивают эти данные с определениями, представленными в профессиональных словарях. Информационной базой для сопоставления могут послужить экономические и юридические словари, специальные периодические издания.

Задачи, которые необходимо решить на занятиях: научить обучающихся формировать словник, составлять словарные статьи, вводить в контекст данные термины, активно использовать в речи экономическую терминологию. Проиллюстрировать механизм работы можно на примере исследования особенностей употребления в современных масс-медиа термина «девальвация» и составления для этого термина словарной статьи. Выбор термина «девальвация» определяется, во-первых, тем, что слово относится к «знаковым словам эпохи», российские масс-медиа обращают внимание читателей на процессы, происходящие в стране, в мире, и девальвация – один из таких процессов; во-вторых, термин имеет свою давнюю историю, обладает определенным своеобразием на российской почве.

На первом этапе обучающимся предлагается установить значение термина «девальвация» в разных словарях – в «Толковом словаре русского языка» С. И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой, в энциклопедическом словаре Ф.А. Брокгауза и И.А. Ефрона, Викисловаре, Большом экономическом словаре [1, 2, 3, 4, 6].

Обучающиеся узнают, что понятие «девальвация» появилось в европейских странах во времена Золотого стандарта, когда денежная купюра соответствовала определенному номиналу золота. От этой системы отказались во время Первой и Второй мировых войн. Денег на вооружение нужно было все больше и больше. Государство печатало их не глядя на поддержку золотыми ресурсами. Деньги обесценились, это и было первой волной девальвации. В России термин «девальвация» появился в начале XX века, значение слова можем найти в словаре Ф.А. Брокгауза и И.А. Ефрона 1907 года: «лат., финанс., обесценение, понижение номинальной ценности бумажных денег сравнительно с металлической монетой. В частности – официальное признание совершившегося обесценения кредитных билетов при размене их на золото или серебро...» [2].

В современных словарях определяют значение следующим образом: «Девальвация (лат. Де «понижение» + valeo «стоять») – уменьшение золотого содержания денежной единицы в условиях золотого стандарта. В современных условиях термин применяется для ситуации официального снижения курса национальной валюты по отношению к твердым валютам в системах с фиксированным курсом валюты, устанавливаемым денежными властями» [6].

Уже на этой стадии видно некоторое изменение семантики термина, которое происходит в процессе развития общества и языка.

На втором этапе осуществляется сбор языкового материала в российских масс-медиа в национальном корпусе русского языка, выполняется анализ собранного материала. Например, обучающиеся находят такие контексты: *Девальвация – это когда у вас торговое сальдо резко меняется, интервенций Банка России нет и курс поплыл* (Комсомольская правда, 2013); *Случившийся 9 марта обвал цен на нефть привел к девальвации рубля. В пятницу, 6 марта, развалилась так называемая сделка ОПЕК+, а уже в понедельник, 9 марта, стоимость марки Brent рухнула на 30 % и доходила до... Это самое значительное дневное падение с 1991 г.* (Ведомости, 09.03.2020); *Для России девальвация – это рост цен, потому что мы и сейчас довольно сильно зависим от импорта* (ВФМ.ru, 20.03.2020); *На самом деле девальвация гривны – это вполне стандартная ситуация, сложившаяся на низколиквидном рынке, и в глобальном плане никаких серьезных изменений не произошло* (Replyua.net, 30.01.2020);

На заключительном этапе происходит составление словарной статьи на основе собранного языкового материала. Словарная статья должна содержать заголовочное слово, грамматические пометы, значение термина, прямое и переносное (если имеется), иллюстративный языковой материал. Материал, представленный в масс-медиа, дает полное понимание процессов, происходящих в мире в связи с «девальвацией».

Составленная обучающимися словарная статья выглядит следующим образом:

Девальвация – сущ., ж.р., - и, - ий (лат. де «понижение», вальв «стоять»).

1.экон. Снижение курса национальной валюты. Виды девальвации: официальная, скрытая, контролируемая, неконтролируемая. См, например: *Что такое девальвация? Это ослабление национальной валюты* (Комсомольская правда, 2013);

2. перен. Обесценивание, частичная потеря стоимости либо ценности. См, например: *Это «девальвация материнства и осквернение человеческой святости»* (Новостной фронт, 25.01.2020).

Синонимы: обесценивание, обесценение (разг).

Антоним: ревальвация.

Контексты употребления: *Девальвация – зло. Но их оппоненты убежденно доказывают, что удешевление рубля и подорожание доллара, которое лоббируют (одновременно с повышением ввозных пошлин) отечественные товаропроизводители, в конечном счете, ударит по всем* (РИА Новости, 2008); *Когда опять будет дефолт, когда будет жуткая девальвация рубля, – это поражает страхи о бедности. Опять люд сейчас начинают картошку сажать* (Эхо Москвы, 06.11.2019); *Девальвация рубля – это один из инструментов монетарной политики* (Комсомольская правда, 2013); *Девальвация – это нормально. Сегодня утром НБУ продал \$20 млн, чтобы сдержать виток падения гривны* (ЛІГА.net, 31.01.2020).

В процессе составления словарной статьи обучающиеся обращают внимание, что существует определенная специфика в употреблении масс-медиа термина «девальвация». Уже не акцентируется внимание на связи девальвации с золотым стандартом, зато формируется восприятие девальвации как важного инструмента экономики. Также достаточно часто определения девальвации в масс-медиа носят оценочный характер (как негативный – ‘зло’, ‘жуткая’, так и нейтральный – ‘нормально’).

В заключение отметим, что проектная лексикографическая работа расширит словарный запас учащихся, поможет овладеть экономической терминологией, увидеть специфику функционирования терминологии в медийном дискурсе.

Литература и источники

1. Азрилиян, А.Н. Большой экономический словарь. – М.: Институт новой экономики, 2004. – 564 с.

2. Брокгауз, Ф. А. Малый энциклопедический словарь: в 4 т./ Репринтное воспроизведение издания Брокгауза–Ефрона / Ф.А. Брокгауз, И.А. Ефрон. – М.: «Терра», 1994. – 592 с.

3. Гольцова, Н.Г. Русский язык. 10-11 классы. Базовый уровень обучения: учебник для общеобразовательных учреждений / Гольцова Н.Г., Шамшин И.В., Мищерина М.А. – М.: «Русское слово – РС», 2008–2011. –448 с.

4. Даль, В.И. Толковый словарь живого великорусского языка в 4 т. – Т. 2 – М.: Русский язык, 2000. – 779 с.

5. Кондратьева, О.Н. «Словарь политических терминов с СМИ» как новый лексикографический продукт // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2016. – № 6(44). – С. 38–50.

6. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка: Ок. 100 000 слов, терминов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов; Под ред. проф. Л. И. Скворцова. – 27-е изд., испр. – Москва: Издательство АСТ: Мир и Образование, 2016. – 736 с.

Научный руководитель – д-р филол. наук., проф. Кондратьева О. Н., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК -811'1

ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ ФРЕДДИ МЕРКЬЮРИ (НА МАТЕРИАЛЕ ТЕКТОВ ПЕСЕН ГРУППЫ "QUEEN")

Абраамян Т.Т

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

tiabraamyan@yandex.ru

Статья посвящена понятию феномена языковой личности Фредди Меркьюри, автора мировых музыкальных шедевров и солиста всемирно известной рок-группы "Queen". Рассматриваются различные подходы лингвистов к понятию феномена и роли языковой личности в англоязычном песенном дискурсе. Поднимается вопрос трактовки данного термина на основе работ лингвистов, анализируются различные варианты его понимания в трудах последователей, намечаются перспективы использования актуального обозначения данного термина. Также рассматриваются основные функции, выполняемые языковой личностью в песенном дискурсе, понятие индивидуального стиля исполнителя, использование тех или иных стилистических средств выразительности. Основная цель – анализ музыкальных композиций и выявление характерных черт музыканта, автора текстов Фредди Меркьюри. В статье представлен анализ творчества Меркьюри в контексте феномена языковой личности.

Ключевые слова: языковая личность, индивидуальный стиль, музыкальная композиция, анализ, функции, песенный дискурс

LANGUAGE PERSONALITY OF FREDDIE MERCURY (BASED ON THE MATERIALS OF THE BAND "QUEEN")

Abraamyan T.T

Kemerovo State University

The article is devoted to the concept of the phenomenon of language personality of Freddie Mercury, the author of world musical masterpieces and the soloist of the world-famous rock band "Queen". Various approaches of linguists to the concept of the phenomenon and the role of the language personality in the English-language song discourse are considered there. The question of interpretation of this term based on the works of linguists is raised, various variants of its understanding in the works of followers are analyzed, and prospects for using the actual designation of this term are outlined. The main functions performed by the language personality in song discourse, the concept of individual style of the performer, and the use of certain stylistic means of expression are also considered. The main goal is to analyze musical compositions and identify the characteristics of the musician, the author of the lyrics of Freddie Mercury. The article presents an analysis of Mercury's creativity in the context of the phenomenon of language personality.

Keywords: language personality, individual style, musical composition, analysis, functions, song discourse

Понятие феномена языковой личности относится к числу центральных в современной лингвистической парадигме. Стремление учёных понять и объяснить сущность языка как посредника между человеком, его внутренним миром и окружающей действительностью помогает раскрыть все аспекты языковой личности автора.

Анализ языковой личности ведет исследование к изучению ключевого понятия – самой личности автора. В последнее время значительно вырос интерес к проблеме изучения личности. Данное явление обусловлено, прежде всего, тем, что в век информационных технологий и глобальной коммуникации возможности человека значительно расширились. Обращение к проблеме языковой личности, включение ее в лингвистическую парадигму связано с гуманизацией языкознания, с поворотом к ценностно-ориентированным областям знания.

Понятие «личность» представлено в различных областях гуманитарного познания. Личность в философии - это человеческий индивид в аспекте его социальных качеств, формирующихся в процессе исторически конкретных видов деятельности и общественных отношений [Подласов, 1999, с. 29]. В психологии личностью обозначается системное социальное качество, приобретаемое и характеризующее уровень и качество представленности общественных отношений в индивиде [Петровский, 1994, с. 67]. В повседневной жизни, говоря о личности, мы имеем в виду стиль жизни индивида, его субъективное отношение к различным ситуациям, происходящим в повседневной жизни.

Комплексный характер лингвистических исследований обусловлен тем, что язык в действии предусматривает подключение факторов широкого диапазона - психологических, ментальных, прагматических и др., поэтому под языковой личностью мы будем понимать не частный аспект личности вообще, один из ее коррелятов, а углубление, развитие, насыщение дополнительным содержанием понятия личности [Караулов, 1987, с. 47].

Таким образом, языковая личность – это личность, выражающая совокупность социальных, физических, психологических, эмоциональных, прагматических и др. характеристик в языке, а также личность, «реконструированная в основных своих чертах на базе языковых средств» [Даниленко, 1987, с. 38]. Согласно В.И.Карасику, «носителем языкового сознания является языковая личность, т.е. человек, существующий в языковом пространстве, в общении, в стереотипах поведения, зафиксированных в языке, в значениях языковых единиц и смыслах текстов» [Карасик, 2002, с. 7]. Известный лингвист отмечает, что языковую личность можно охарактеризовать с позиций языкового сознания и речевого поведения, т.е. с позиций лингвистической концептологии и теории дискурса, а именно «Языковое сознание опредмечивается в речевой деятельности, т.е. в процессах говорения (письма) и понимания. Речевая деятельность осуществляется индивидуумом и обусловлена его социопсихофизиологической организацией.»

На примерах творчества Фредди Меркьюри, лидера группы «Queen», рассмотрим то, как ярко и необычно раскрывается языковая личность в песенном дискурсе. Меркьюри стал тем исполнителем, которому удалось добиться желаемой популярности. Не зря музыкант открыто заявлял о намерениях стать «королем рок-музыки», и именно для этого создавал продукт, который удовлетворял бы полностью гедонистические потребности слушателя. Как заявлял сам Меркьюри, он не вкладывал в тексты песен никакого смысла, так как не считал это нужным, гораздо важнее было уделить внимание мелодиям и визуальному ряду, который могли бы полностью овладеть вниманием публики, а мелодия шла бы только фоном. Фредди был убежден, что зрителю нет необходимости вслушиваться и искать глубинный смысл в текстах, а лишь обращаться за музыкой для эмоций.

Однако, необходимо отметить, что текстовая составляющая песен Меркьюри имеет глубокое содержание, поскольку и над текстами велась довольно кропотливая работа. Речь о том, что по мнению группы, нет необходимости транслировать своей аудитории смысл той или иной композиции, потому что текст и так уже говорит сам за себя. Подобный брошенный вызов лишь подогревал интерес слушателей, и вокруг исполнителя создавалась атмосфера загадочности.

Прежде чем начать анализировать то, как раскрывается языковая личность Фредди Меркьюри, хотелось бы упомянуть основные жанры, в которых творил музыкант, а именно глэм-рок, поп-рок, хард-рок. Под руководством Меркьюри были выпущены пятнадцать студийных и пять концертных альбомов, а также многочисленные сборники. Меркьюри, как автор и соавтор музыкальных композиций, затрагивал темы любви, дружбы, религии, мироощущения в целом. Рассмотрим более детально приемы, используемые в текстах песен и обратимся к дебютному одноименному альбому “Queen I”. Сам альбом музыканты записывали на протяжении двух лет. Работа с Queen была непростой, один из звукорежиссеров альбома позже говорил: «Тот первый альбом полностью отличался от всего, что я делал прежде. Ремиксы занимали столетия, и все музыканты оказались такими занудами, что приходилось выправлять любые мелкие неточности. Работа с прирожденной суперзвездой над первым большим альбомом, который я писал, вымотала мне все нервы». Говорит ли это о кропотливо-продланной работе над музыкальными композициями?

В состав альбома “Queen I” входит 10 аудиокomпозиций: Keep yourself alive, Doing all right, Great king rat, My fairy king, Liar, The night comes down, Modern times rock 'n' roll, Son and daughter, Jesus, Seven seas of Rhye. Только лишь третья композиция дебютного альбома написана Меркьюри.

«Great King Rat» (в переводе «Великий крысиный король») — дебют Меркьюри как автора песен. Песня, так же как и «Богемская рапсодия», разделена на несколько частей, по стилю является слиянием хард-рока с фолк-роком. Текст песни достаточно религиозен, а суть его – в насмешке над тем, как люди могут проявлять любопытство к разным вещам, не относящимся к ним.

Now listen all you people

Put out the good and keep the bad

Don't believe all you read in the Bible

You sinners get in line

Saints you leave far behind

Very soon you're gonna be his disciple

Перевод

Итак, послушайте меня, люди:

Устраняйте добро и сохраняйте зло:

Не верьте всему тому, о чем читаете в Библии

Вы, грешники, становитесь в очередь,

А вы, святые, оставайтесь далеко позади них:

Очень скоро вы станете его апостолом.

Использование в тексте эпитетов, оксюморона окрашивает речь и делает ее более яркой, передает проще и понятнее посыл автора и быстрее погружает в атмосферу всей композиции.

Следующая композиция, по мнению многих музыкальных критиков, является прообразом всемирно известной «Богемской рапсодии». «My Fairy King» (в переводе — «Мой сказочный король») – это настоящая комбинация оперы и многочисленных многоголосий. Текст изобилует олицетворениями, оксюморонами, эпитетами, сравнительными оборотами. Рассмотрим подробнее.

Lion's den with fallow deer

And rivers made from wines so clear

Flow on and on forever

Dragons **fly like** sparrows thru' the air

And baby lambs **where Samson dares**

To go on on on

Перевод

Лань живет в логове со львом,

А реки винные так чисты,

Текут из века в век

Драконы **воробьями** в воздухе летают,
Ягнята отважны, **как Самсон**,
Чтобы идти вперед и только вперед.

Эта песня толкнула Фарруха Булсару (имя при рождении) к тому, чтобы взять псевдоним «Фредди Меркьюри», впоследствии ставший всемирно известным.

Последние строки в последнем куплете тому доказательство – «Mother mercury mercury, Look what they've done to me, I cannot run I cannot hide». Эта песня стала единственной композицией с первого альбома, написанной прямо в студии, во время записи остальных композиций. Повествует о добром короле, правившем своим государством, и о злом существе, испортившем все в этом королевстве все. Идея и сюжет очень похожи на то, что происходило вокруг Меркьюри. Возможно, поэтому так на него повлияла.

Рассмотрим подробно еще одну композицию, написанную Меркьюри на гитаре. «Liar» (в переводе — «Лжец») — первая песня на второй стороне альбома. Тематика и текст песни так же оказали сильнейшее влияние на «Богемскую рапсодию». В этой песне основная линия содержит религиозный мотив. Представляет собой диалог между измученным человеком, нуждающимся в помощи Бога и самой религии, почему-то лишь отстраняющейся от него.

nobody believes you Liar
they **bring you down** before you begin
Now let me tell you this
Now you know you could be dead before they let you

Перевод

Никто не верит тебе
Они **тянут тебя вниз прежде**, чем ты начнёшь
Теперь позволь мне сказать
Знаешь, ты мог бы умереть прежде, чем они позволят тебе

Анализируя дебютный альбом группы «Queen» Фредди Меркьюри можно прийти к выводу, что исполнитель писал о темах, которые беспокоили его больше всего и являлись по-настоящему близкими. Основная тематика – мироощущение себя, переживание внутренних барьеров и травм. В этом нем отражаются базовые, актуальные ценности и антиценности культуры через различные специфичные образы, определенный стиль, своеобразие восприятия и ощущения мира.

Таким образом, набор признаков и черт, объединяющих текст песни и лирическое стихотворение (ритмическое и композиционное построение, использование различных средств выразительности, наличие «скрытого» сюжета, двойственность смысла, диалогичность, интертекстуальность и др.) позволяет считать песенный текст произведением художественной речи. (Плотницкий Ю.Е., 2005, с.269)

Литература и источники

1. Карасик, В.И. Аспекты языковой личности [Текст] / В.И. Карасик // Языковая личность: проблемы когниции и коммуникации. - Волгоград, 2001.- 208 с.
2. Карасик, В.И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: Сб. научн. трудов. - Волгоград: Перемена, 2000. - С.5-20.
3. Карасик, В.И. Язык социального статуса [Текст] / В.И Карасик. - М. : Ин-т языкознания РАН : Волгоградский гос. пед. ин-т, 1992. - 330 с.
4. Карасик, В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс [Текст] / В.И Карасик. - Волгоград: Перемена, 2002. - 477 с.
5. Караулов, Ю. Н. Из опыта реконструкции языковой личности [Текст] / Ю.Н. Караулов // Литература. Язык. Культура. - М., 1986. - С. 222-234.

6. Караулов, Ю.Н. Русская языковая личность и задачи ее изучения [Текст] / Ю.Н. Караулов // Язык и личность. - М., 1989. - 15 с.
7. Караулов, Ю.Н. Русский язык и языковая личность [Текст] / Ю.Н.Караулов. - М. : Наука, 1987. - 261 с.
8. Караулов, Ю. Н. «Четыре кита» современной лингвистики или о предпосылках включения «языковой личности» в объект науки о языке (от содержания науки - к ее истории) [Текст] / Ю.Н. Караулов // Соотношение частнонаучных методов и методологии в филологической науке: Сб. науч. Трудов. - М., 1986. - 33-52 с.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Прохорова Л.П., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 81

**СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ ЛЕГИТИМИЗИРУЮЩЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ОППОЗИЦИОННЫХ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПАРТИЙ
(НА МАТЕРИАЛЕ ВЫСКАЗЫВАНИЙ О ПЕНСИОННОЙ РЕФОРМЕ)**

Артемова К.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

ksenyaartemova@yandex.ru

В данной статье, посвященной лингвоперсонологическому осмыслению проблемы легитимизации, актуальной для политической сферы коммуникации, представлены стратегии и тактики легитимизирующей деятельности лидеров оппозиционных партий В. В. Жириновского (ЛДПР), С. М. Миронова (Справедливая Россия) и Г. А. Зюганова (КПРФ), а также депутатов этих партий. Данные стратегии и тактики были выделены в результате анализа высказываний политиков о пенсионной реформе. В статье также рассматривается то, с какой целью они используются, так как основная, государственная цель – это проведение пенсионной реформы, но политики оппозиционных партий могут преследовать свои: самоутверждение среди граждан либо обвинение правящей партии.

Ключевые слова: легитимность, легитимизация, политический дискурс, стратегии, тактики, пенсионная реформа.

**STRATEGIES AND TACTICS OF LEGITIMIZING ACTIVITY OF OPPOSITIONAL
POLITICAL PARTIES
(ON THE MATERIAL OF STATEMENTS ON PENSION REFORM)**

Artemova K.A.

Kemerovo State University

This article is devoted to the linguistic-personalistic understanding of the problem of legitimization that is relevant for the political sphere of communication, presents strategies and tactics of the legitimizing activities of the leaders of the opposition parties V.V. Zhirinovskiy (LDPR), S.M. Mironov (Fair Russia) and G. A. Zyuganov (KPRF), as well as deputies of these parties. These strategies and tactics were highlighted as a result of the analysis of the statements of politicians about pension reform. The article also discusses the purpose for which they are used, the main state goal is to carry out pension reform, but politicians of opposition parties can pursue their own: self-affirmation among citizens or blaming the ruling party.

Key words: legitimacy, legitimization, political discourse, strategies, tactics, pension reform.

Ключевыми понятиями в данной работе являются «легитимность» и «легитимизация». Для того чтобы разобраться с понятием «легитимность», мы проанализировали определения, данные в энциклопедических словарях («Терминологический словарь

204

библиотекаря по социально-экономической тематике», «Политическая наука: Словарь-справочник», «Большой юридический словарь», «Большая российская энциклопедия», «Новая философская энциклопедия», «Энциклопедия социологии», «Энциклопедический словарь экономики и права») и научных исследованиях (Соловьев А.И. «Политология: Политическая теория, политические технологии»). Так, в каждом определении легитимность обозначается как поддержка и оправдание законности, правомерности «применения власти и осуществления (конкретной формы) правления либо государством в целом, либо его отдельными структурами и институтами». [5, с. 75]. В таком случае легитимизация – это процесс признания, поддержки и оправдания законности осуществления политической деятельности властью.

Цель данного исследования – раскрыть языковой механизм легитимизации и доказать влияние персонных, в данном случае партийных факторов, на ее реализацию. Актуальность постановки и решения данной проблемы обусловлена потребностью современного общества в эффективных средствах речевой коммуникации.

В данной статье представлены стратегии и тактики, выделенные нами на материале высказываний о пенсионной реформе лидеров оппозиционных партий В. В. Жириновского (ЛДПР), С. М. Миронова (Справедливая Россия) и Г. А. Зюганова (КПРФ) и их депутатов. Мы рассмотрели, какие из них партии выбирают для достижения собственных целей или поставленных государством. Наша задача – выяснить, какие стратегии и тактики по отношению к гражданам используют представители власти в речевой коммуникации для успешной реализации государственной деятельности (проведения пенсионной реформы) либо для того, чтобы укрепить свои позиции в народе.

Цель пенсионной реформы, законопроект которой был внесен 16 июня 2018 года Д. А. Медведевым, – повышение возраста выхода на пенсию у женщин до 63-х лет, у мужчин – до 65. В связи с этим в обществе и среди политических партий и их лидеров возникли разногласия, которые подрывают легитимность власти.

Лидер партии ЛДПР В. В. Жириновский в своих высказываниях в основном прибегает к **стратегиям отрицания и самопрезентации** для укрепления позиции партии в социуме. 17-го июля 2018 г. на портале REGNUM появилась статья с высказыванием В.В. Жириновского о пенсионной реформе: **«ЛДПР не будет голосовать по закону повышения пенсионного возраста»**, он продолжает свой комментарий следующими словами: **«Наши люди ждут возможности отдохнуть много-много лет, а теперь им нужно ждать – женщинам еще восемь лет, мужчинам еще пять лет. При этом размер пенсии очень низкий, теряется стимул, чтобы продолжать работать и достигать пенсионного возраста»**. В статье на портале ТАСС от 14-го июня В.В. Жириновский говорит: **«Большинство наших граждан недовольно перспективами повышения пенсионного возраста... Поэтому мы инициативу поддерживать не хотим. Но вместе с тем нужно объяснять избирателям, что в перспективе это все равно неизбежно»**. В этом высказывании можно выделить две части. В первой есть слово **«не хотим»**, которое представляет собой **тактику скрытой самопрезентации**: не указано, что лидер говорит от лица партии, но использование множественного числа 1-го лица это подразумевает, что указывает также на **тактику отрицания**. **«Но вместе с тем нужно объяснять избирателям, что в перспективе это все равно неизбежно»** - во второй части высказывания В. В. Жириновский использует **тактику оправдания**, подтверждая необходимость проведения пенсионной реформы её неизбежностью. На портале Pravda.ru цитируются слова В. В. Жириновского в РБК: **«Если сохранять низкий порог выхода на пенсию, то рано или поздно некому будет формировать фонд, из которого выплачиваются пенсии нынешним пенсионерам. Но если на Западе постепенно, безболезненно повышали пенсионный возраст, то у нас этот вопрос слишком затянули. Повышать нужно было еще со времен советской власти, тогда граждане это не ощутили бы так остро»** – данное высказывание является результатом применения **тактики оправдания**.

Стратегию отрицания мы можем проследить у лидеров партий КПРФ и «Справедливая Россия» – Г. А. Зюганова и С. М. Миронова, но они используют иные тактики для достижения другой цели – не допустить повышения возраста выхода на пенсию.

Работа по изменениям в пенсионном законодательстве совпала с чемпионатом мира по футболу 2018 г., который проходил в России. В связи с этим Г. А. Зюганов дал следующий комментарий: *«Пока мы радовались успехам наших футболистов, правительство решило забить гол всей стране, и одновременно забили два гола президенту. Это удар под дых стабильности... Впервые в истории вносится закон, против которого выступают от 90 до 100% избирателей. «Единая Россия», вы навсегда рушите путинское большинство. А вы все на нем сидите»* – в этом высказывании используется **тактика обвинения** партии, которая находится у власти.

Один из депутатов партии «Справедливая Россия» Валерий Рашкин на своей странице в социальной сети Twitter пишет: *«Изначальные сроки повышения пенсионного возраста (63 и 65) делались именно под такое выступление Путина. Чтобы "добрый царь" мог выступить и показать, какой он добрый»*. Здесь автор показывает своё отношение не к реформе, а к президенту, и использует **тактику обличения**, доказывая, что изменение пенсионного возраста преследует за собой личные цели, а именно – выступление. В другом посте в социальной сети Facebook В. Рашкин пишет следующее: *«Вот слушаю Путина и не понимаю, зачем все вешают нам эту лапшу про соотношение пенсионеров и работающих, которые вроде как содержат пенсионеров?»* – в этом высказывании депутат использует **тактику обвинения**, но скрывает её за вопросом.

На сайте КПРФ есть обращение по поводу пенсионной реформы к основным телевизионным СМИ, в котором говорится, что народ недостаточно обеспечен информацией об изменении в пенсионном законодательстве, что ведущими СМИ эта тема *«подавалась в крайне урезанном виде и искажалась»* – продолжает работать **тактика обвинения**, но теперь КПРФ задействует СМИ (в обращении также есть подписи В. В. Жириновского и С. М. Миронова). *«Более того, в день рассмотрения вопроса в Государственной Думе телезрители не были детально ознакомлены с ходом его обсуждения, истинная позиция фракций изложена не была. Даже результаты голосования по законопроекту не были представлены гражданам»* – лидеры оппозиционных партий показывают своё беспокойство о том, что граждане РФ не были достаточно проинформированы о результатах рассмотрения вопроса, был представлен только сам факт – закон.

Таким образом, мы видим, что стратегия у всех представителей оппозиционных партий одна – это **стратегия отрицания**, но реализуется она с помощью разных тактик, так как направлена на реализацию разных целей: В. В. Жириновский использует названную стратегию для того, чтобы показать, что данное решение зависит от времени, от экономической возможности государства, а не от власти, также он использует стратегию самопрезентации, чтобы утвердить позиции партии ЛДПР среди граждан. Г. А. Зюганов и С. М. Миронов используют ту же стратегию, но она действительно направлена на отрицание этой реформы: политические лидеры становятся на позицию народа, который не понимает реальных причин принятия такого решения, по-прежнему всё отрицает и обвиняет власть и СМИ.

Литература и источники

1. Бронзино Л.Ю., Волгин О.С. Легитимность в современном обществе: Учебное пособие.– Москва, 2008. – 200 с.
2. Колмогорова, А. В. Легитимация как социополитический феномен и объект дискурс-анализа // Политическая лингвистика / гл. ред. А. П. Чудинов ; ФГБОУ ВО «Урал. гос. пед. ун-т». – Екатеринбург, Вып. 1 (67), 2018.– 222.

3. Тён А. ван Дейк. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. Пер. с англ. — М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. — 344 с.
4. Михалёва О. Л. Политический дискурс: Специфика манипулятивного воздействия. — М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. — 256 с.
5. Соловьев А. И. Политология: Политическая теория, политические технологии: Учебник для студентов вузов / А. И. Соловьев. — 2%е изд., перераб. и доп. — М.: Аспект Пресс, 2009. — 575 с.

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Мельник Н. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 81'42

ОБЫДЕННОЕ ПОЛИТИЧЕСКОЕ СОЗНАНИЕ РУССКИХ И КИТАЙЦЕВ: ЛИНГВОПЕРСОНОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Васильева А.О.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
K1237K@yandex.ru

В статье представлено сравнение двух менталитетов, а именно русского и китайского, в русле обыденного политического мышления, влияния на это языковых, личностных факторов, а также традиций, нравов, устоев. Автор рассматривает данную тему через призму сознания обычных граждан на основе интерпретации ими новостей из различных средств массовой информации. Принимается во внимание влияние цензуры и свободы слова на комментирование в интернете новостей, подчеркиваются различия в данной сфере России и Китая. Цель исследования – выявить своеобразие языковой картины мира представителей разных лингвокультур, обладающих разным менталитетом, имеющих различные представления о политической жизни государства, разные взгляды на оценку политических событий. Так как интернет, СМИ являются уже неотъемлемой частью жизни человека, мы, обогащая наши знания о политической сфере нашей страны и других государств, расширяем границы нашего видения в данной области. Это позволяет понять изменения в обыденном политическом сознании представителей разных лингвокультур, что вносит особый вклад в развитие межкультурных отношений.

Ключевые слова: языковое сознание, обыденная политическая картина мира, СМИ, интернет-комментарии, политическая лингвистика

THE EVERYDAY POLITICAL CONSCIOUSNESS OF RUSSIANS AND CHINESE: LINGUOPERSONOLOGICAL ASPECT

Vasileva A.O.

Kemerovo State University

The article presents a comparison of two mentalities, namely Russian and Chinese, in line with everyday political thinking, the influence of linguistic, personal factors, as well as traditions, customs, and foundations. The author considers this topic through the prism of consciousness of ordinary citizens on the basis of their interpretation of news from various media. The influence of censorship and freedom of speech on commenting on the Internet news is taken into account, the differences in this area of Russia and China are emphasized. The purpose of the study is to identify the peculiarity of the linguistic picture of the world of representatives of different linguistic cultures, with different mentality, having different ideas about the political life of the state, different views on the assessment of political events. Since the Internet, the media are already an integral part of human life, we, enriching our knowledge of the political sphere of our country and other states, are expanding the boundaries of our vision in this area. This allows us to understand

the changes in the everyday political consciousness of representatives of different linguistic cultures, which makes a special contribution to the development of intercultural relations.

Keywords: linguistic consciousness, the ordinary political picture of the world, media, Internet commentary, political linguistics.

В современном мире политика является неотъемлемой частью существования государства. Каждая страна имеет свои законы, политические взгляды, которые формируются на протяжении долгого времени и влияют на общественное сознание. Нашей задачей является рассмотрение обыденного политического сознания русских и китайцев с целью выявления национальной специфики, а также динамики, связанной с глобализацией СМИ и интернета. Несомненно, одну из главных ролей играют нравы, стереотипы, традиции, предрассудки, которые формируют взгляды и отражают особенности национальной языковой личности. Власть использует данные факторы с целью создания «удобной» точки зрения, которая соответствует политической теории и государственному строю.

А. И. Соловьёв в своей работе пишет: «Все это разнообразие используемых политическими агентами приемов и способов информирования и налаживания коммуникаций со своими контрагентами можно в основном свести к двум типам действий в информационном пространстве: **не маркетинговым** (мобилизационным), включающим агитацию и пропаганду; **маркетинговым**, представленным методами ПР (паблик рилейшнз), а так же политической рекламой, информационным лоббизмом и рядом других методов. Эти способы информационного взаимодействия характеризуют крайне противоположные методы поведения субъектов в информационном пространстве. Агитация и пропаганда представляют собой способы одностороннего информирования, контроля за людьми и придания их политическим действиям строгой социальной направленности» [1, с.409].

В Китае контроль над СМИ уделяют больше внимания, чем в России, что, прежде всего, связано с политической партией КНР, идеологией, формированием единой точки зрения у китайских граждан. Это отмечается в статье М. В. Ареевой: «В осуществлении веб-цензуры Китай использует две стратегии: это фильтрация материалов и поощрение самоцензуры путем регулирования, управления и карательных мер. Нарушение правил влечет наказание: частные пользователи могут быть приговорены к тюремному заключению за публикацию или распространение материалов, которые неуютны правительству, а провайдеров могут лишить лицензии на поставку услуг» [2, с.67]. Личность абсолютно каждого пользователя просматривают специально созданные службы и следят за его деятельностью и комментариями. В России тоже присутствует цензура на некоторые высказывания, если они связаны, например, с пропагандой насилия или призывами к несанкционированным митингам.

Не менее важной проблемой представляются отношения между Китаем и Россией. Согласно статье А. Семенова, у России и Китая они не всегда были мирными. Безусловно, большую роль здесь играет мировоззрение китайцев, их представления о единственно правильном народе с его взглядами на мир и сложившимися устоями, остальные нации считались необразованными и «неправильными». Во многом такое мышление связано непосредственно с языком: «Сильнейшее воздействие на живучесть традиций в китайском мышлении, в том числе и в современном, оказал китайский язык. По мнению В. Бауэра, особое значение здесь играет то обстоятельство, что в китайском языке отсутствует грамматическая категория времени. Отсюда специфическая «безвременность» китайского мышления, в котором настоящее рассматривается не как линия, отделяющая прошлое от будущего, но, при недифференцированности прошлого и будущего, как плоскость, поглощающая прошлое и будущее» [3, с.145].

Тем не менее благодаря успешным межкультурным взаимодействиям, изменениям во взглядах, средствам массовой информации и туризму, восприятие русскими китайцев и

наоборот изменилось в лучшую сторону. Чтобы продемонстрировать вышесказанное, за основу взято комментирование новостей в разных источниках, посвященных 70-летию КНР. Данное событие для граждан Китая является неотъемлемой частью жизни, об этом говорят и пишут очень много в разных источниках. Безусловно, важную роль в комментировании играет патриотизм. Рассматривая источники китайских новостей, можно сделать несколько выводов: 1) если новость или мероприятие касается важных аспектов жизни страны, об этом сообщается подробно; 2) так как это связано с политической стороной, описываются все достижения власти и председателя; 3) также в одном из источников были высказывания правителей других стран о данном событии.

В русских источниках всё иначе: представляется общая картина о торжестве, значимость для Китая и фразы представителей власти РФ.

Китай	Россия
<p>1) 向习总书记学习, 向人民解放军致敬! (Учитесь у генерального секретаря Си, отдайте дань уважения Народно-освободительной армии!)</p> <p>2) 中国国庆节快乐让我看泪流满面 (У меня всё лицо в слезах радости при виде Китайского Национального Праздника)</p> <p>3) 我爱我的祖国 我为你的繁荣而骄傲, 我为你的强大而自豪, 千言万语万语千言都诉说不完我对你的忠情, 我为自己身为一个中国人而感到光荣和自信。(Я люблю свою Родину, Я горжусь вашим процветанием, я горжусь вашей мощью, и никакими словами не могу выразить свою преданность вам, ради себя, ради каждого китайца, ради доблести и уверенности в будущем)</p> <p>4) 我爱你! 中国! (Я люблю тебя! Китай!)</p>	<p>1) Китай отмечает 70 летие образования Китайской Народной Республики. 1 октября прошёл грандиозный парад в Пекине, который транслировался по всем телевизионным каналам страны 2,5 часа. Повсюду прошли и проходят праздничные мероприятия. Народ в едином порыве славит свои достижения и ему есть чем гордиться! С днём рождения КНР!</p> <p>2) Правильно Си сказал - нужно смотреть вокруг себя и делать выводы для улучшения своего личного пространства и уровня жизни.</p> <p>3) Китай, как и СССР в зоне риска, но я искренне желаю нашим братьям из Поднебесной не последовать нашему примеру. Ума вам, стойкости и терпения.</p> <p>4) Просто ГРАНДИОЗНО - народное завершение парада с представлением всех провинций это уникально!</p> <p>5) Прям СССР. Молодцы высоко держат Красное знамя Коммунистической партии, правильному у Сталина учились.</p> <p>6) Очень завидую Китаю и Китайцам, страной управляют не предатели своего народа!!!</p> <p>7) Товарищи! Не надо забывать то, что КНР по большей части капиталистическая страна. Они свой капитализм прикрывают социалистическими идеалами!</p> <p>8) Великая Страна Китай!!! Могучая и Сильная Армия!!! Нереально красиво и четко!!! РОССИЯ явно по красоте парадов проигрывает!!!</p>

Как мы можем заметить, китайцы очень патриотичны, о чем свидетельствуют только положительные комментарии, выражающие восхищение своей страной и правительством.

Безусловно, это связано с историей Китая, кризисом в 20 веке и так далее, общество не может не благодарить своего председателя за блага, которые им предоставляются. Конечно, это тесно связано с традиционализмом. Русские комментаторы тоже настроены положительно. Это во многом обусловлено хорошими взаимоотношениями между Китаем и Россией. Люди восхищаются мощью другой страны, иногда сравнивая ее со своей, не боясь сказать о минусах России. Многие связаны с неудовлетворенностью народа своей жизнью, желанием поднимать ее уровень. Все это указывает на возможность говорить о своих взглядах прямо, при этом выражая своё восхищение. Мы можем полагать, что, тем не менее, развитие интернета позволяет обоим народам наблюдать за жизнью других стран, подтверждая или опровергая стереотипы, изучать другую культуру, тем самым обогащая свои знания.

Литература и источники

1. Политология: Политическая теория, политические технологии: Учебник для студентов вузов / А. И. Соловьев. — 2е изд., перераб. и доп. — М.: Аспект Пресс, 2009. —С. 409-423
2. Ареева М.В. Китайские средства массовой информации и их влияние на глобальные информационные процессы / М.В. Ареева // Актуальные проблемы современных международных отношений. – 2014. – № 4. – С. 65–69.
3. "Россия и россияне в национально - культурной и политической картине мира китайцев. / Семёнов А. Б. // Выпуск 8 – 2008 - N. 13 – С. 144-148
4. (URL:https://v.youku.com/v_show/id_XNDM4MDQ4Nzc0OA==)
5. (URL:https://www.instagram.com/p/B3ItBheF_0u/?igshid=1m6xifvidk8tw)
6. (URL: https://www.youtube.com/watch?v=POEOsrgVL_s)

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Мельник Н.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК-811'1

РОЛЬ ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНЫХ СРЕДСТВ В СОЗДАНИИ ОБРАЗА АНТИГЕРОЯ В РОМАНЕ ТОМАСА ХАРРИСА «МОЛЧАНИЕ ЯГНЯТ» («THE SILENCE OF THE LAMBS»)

Грабец Д. К.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
grabets99@gmail.com

В статье исследуется роль интертекстуальных средств в создании образа антигероя романа Томаса Харриса "Молчание ягнят", Ганнибала Лектера. Применение реминисценций, аллюзий и цитат создает основу произведения, а также определяет антигероя, тем самым разрушая привычный образ. Новизна заключается в том, что ранее для исследования роли интертекстуальных средств в качестве основы не использовался роман Томаса Харриса. Сделан вывод о том, что интертекстуальные средства помогают создать полноценный образ нетипичного антигероя.

Ключевые слова: Томас Харрис, интертекстуальность, реминисценция, аллюзия, цитата, антигерой.

ROLE OF INTERTEXTUAL MEANS IN CREATING THE IMAGE OF ANTI-HERO IN HORROR NOVEL «THE SILENCE OF THE LAMBS» BY THOMAS HARRIS

Grabets D.K.

Kemerovo State University

The article deals with the role of intertextual means in creating the image of anti-hero in psychological horror novel "The Silence of the Lambs" by Thomas Harris. The usage of reminiscences, allusions and quotations establishes the base of the composition, as well as defines the antihero and breaks the familiar image. The research novelty lies in the fact that the novel by Thomas Harris was not used as a foundation for the study of the role of intertextual means previously. The following conclusion is drawn that intertextual means help to create a full-fledged image of an atypical anti-hero.

Keywords: Thomas Harris, intertextuality, reminiscence, allusion, quotation, anti-hero.

В данной работе предпринят анализ образа серийного убийцы Ганнибала Лектера в романе "Молчание ягнят" (англ. The Silence of the Lambs) американского писателя, журналиста и сценариста Томаса Харриса. По американской версии данный роман вошёл в "100 лучших детективных романов всех времён". Это второй роман из серии о серийной убийце Ганнибале Лектере.

Антигерой, в нашем случае Ганнибал Лектор, как персонаж существовал во все времена. Создание данного образа приобрело свой необычный смысл. Антигерой не всегда канонический злодей с набором абсолютно отрицательных качеств, но он и не герой в привычном понимании.

После эпохи романтизма новое поколение писателей начало ставить под сомнение устоявшееся представление о сущности человека. Классический герой отошёл на второй план и был заменён антигероем того времени. Он был против общества, имел какой-либо серьёзный изъян или ряд явно отрицательных черт характера.

Ганнибал Лектер невероятно яркий персонаж. Он утонченный, аристократичный, великолепный врач-психиатр, любитель искусств, но вместе с тем он психопат-убийца и каннибал. У Ганнибала образ идеального маньяка с острым, пронизательным умом, что близится к гениальности. Помимо этого, у Ганнибала сильно развито эстетическое восприятие мира. Это всё не позволяет читателям рассматривать его как классического злодея.

Большую роль в создании яркого, неординарного образа играют интертекстуальные средства. Интертекстуальность - это свойство текста, которое выражается в связи с другими текстами, что создаёт явные или неявные отсылки к другим текстам. Это некое диалогическое взаимодействие текстов. [1, с. 307] Каждый текст является интертекстом. Это новая форма, выстроенная из старых цитат. Реминисценции, аллюзии к другим произведениям литературы и искусства дополняют картину, создают целостный и насыщенный гипертекст. [2, с. 49-51] Например, образ самого Ганнибала Лектера был списан с мексиканского тюремного врача, которого Харрис называет доктор Салазар. А Буффало Билл является собирательным образом реально существовавших маньков-убийц. Здесь мы можем наблюдать реминисценцию. Эд Гин - американский серийный убийца, образ которого проник в культуру второй половины XX века и послужил прототипом для создания таких вымышленных персонажей как Норман Бейтс и Кожаное лицо.

В речи Ганнибала Лектера не раз появляются латинские выражения. Приведем пример, Старлинг просит Лектера помочь ей в поиске информации о Буффало Билле. Ганнибал в свою очередь говорит, что поможет ей, если она поспособствует ему, при этом он употребляет выражение *Quid pro quo* (от лат. «то за это»). В переводе она значит «услуга за услугу». [3] В основном эту фразу используют в законодательстве. Кроме того, доктор Лектер, часто упоминая болезни, произносит и их латинский эквивалент.

Главной особенностью образа Ганнибала Лектера является то, что он невероятный эстет. Это мы можем увидеть по тому многочисленному упоминанию различного рода произведений искусств в романе. Например, когда доктора допрашивают, он вместо того, чтобы рассказать сенатору Мартин, как выглядит Буффало Билл, как его поймать, чтобы спасти её дочь, вспоминает об анатомических этюдах к картине «Плот Медузы» Теодора Жерико. Отсылка к этой картине очень символична. Она рассказывает нам о трагедии

оказавшихся в океане на плоту пассажиров фрегата «Медуза», погибшего по вине правительства. Также при обсуждении деталей договора между Лектером и сенатором Мартин, он просит, чтобы в его палате была музыка «Вариации на темы Гольдберга» в исполнении Гленна Гульда.

Из всего выше перечисленного можно сделать вывод, что путём использования интертекстуальных средств автор рисует образ нетипичного многогранного антигероя. Ганнибал Лектер персонаж, который в основном не вызывает отторжения. Он ужасен своими поступками, но образ, созданный автором, не может не восхищать и пугать одновременно.

Литература и источники

1. Интертекстуальность // Литературная энциклопедия терминов и понятий / Под ред. А. Н. Николюкина. — Институт научной информации по общественным наукам РАН: Интелвак, 2001 – 307с;
2. Пьеге-Гро Н. Введение в теорию интертекстуальности. — М.: ЛКИ, 2008 – 49-51с;
3. Толковый словарь русского языка под ред. Д. Н. Ушакова, 2001;
4. Thomas Harris – The Silence of the Lambs, 1988.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Прохорова Л.П. ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК-811'1

КОГНИТИВНАЯ МЕТАФОРА «ЛЮБОВЬ» В ИДИОСТИЛЕ МАЙКЛА ДЖЕКСОНА

Калугина Е.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

ekaterina.kalugina2018@yandex.ru

Статья посвящена исследованию когнитивной метафоры в англоязычном песенном дискурсе. Автором статьи было изучено понятие песенного дискурса, его функции, рассмотрены жанры песенного дискурса и их характеристики. Особое внимание было уделено рассмотрению подхода к пониманию метафоры американскими лингвистами Дж.Лакоффом и М.Джонсоном. Цель исследования – выявление, анализ когнитивных метафор по теме «любовь», классификация проанализированных метафор. В основу данного исследования был положен анализ творчества американского певца Майкла Джексона. В ходе работы были использованы методы лингвистического наблюдения и описания, а также метод сплошной выборки. Научная новизна данной работы заключается в анализе когнитивных метафор на основе песенного дискурса Майкла Джексона и разработке их классификации.

Ключевые слова: песенный дискурс, жанр, когнитивная метафора, лингвистическое наблюдение и описание, Майкл Джексон, любовь.

COGNITIVE METAPHOR «LOVE» IN MICHAEL JACKSON'S IDIOSTYLE

Kalugina E.A.

Kemerovo State University

Annotation: the article is devoted to the study of cognitive metaphor in song discourse. The author has analyzed the meaning of song discourse, its functions, has examined genres of song discourse and its characteristics. Particular attention has been given to the study of metaphor by American linguists G. Lakoff and M. Johnson. The goal of the research is to find, analyze and classify cognitive metaphor «love». The work is based on the songs of the American singer

Michael Jackson. During the study the author applies various methods including the method of linguistic observation and description, the continuous sampling method. The scientific novelty of this work lies in the analysis of cognitive metaphors based on the song discourse of Michael Jackson and also in the creation of a new cognitive metaphor classification.

Key words: song discourse, genre, cognitive metaphor, linguistic observation and description, Michael Jackson, love.

Песенный дискурс является источником важной информации, отражающей особенности культуры того или иного народа и его ценности в различные эпохи. Анализ песен лингвистами разных стран направлен на выявление специфических характеристик языка и его развития.

Согласно данным исследования Плотницкого Ю.Е., песенный дискурс выполняет такие функции, как: эмотивная, конотативная, референтная, поэтическая, фатическая и метаязыковая, однако они характерны не для всех песенных жанров. [1, с.7] Шевченко О.В. разделила жанровое пространство песенного дискурса на три основных направления: рок, реп и поп. [2, с. 242-249] Основываясь на данных классификациях и всестороннем полном анализе научной литературы по соответствующей тематике, можно сделать вывод о том, что рок направлен на реализацию аппелятивной функции, рэп – референтной функции, поп – эмотивной. Целью песенного дискурса является эмоциональное воздействие на слушателя. В связи с этим, при написании песен авторы используют разнообразные стилистические средства, зачастую используя средства познания мира и бытия - метафоры. Исследованием метафоры занимались такие ученые, как: Н.Д. Арутюнова, И.В. Арнольд, И.Р. Гальперин.

Дж. Лакофф совместно с М. Джонсоном представили миру книгу «Метафоры, которыми мы живем», в которой были изложены основы когнитивного подхода к метафоре и определено, что метафора сама по себе концептуальна, «в основе процессов метафоризации лежат процедуры обработки структур знаний — фреймов и сценариев.» [3, с.9] Как отмечают авторы, понятийная система человека наполнена метафорами. Многие понятия определены или выражены недостаточно полно, например, чувства и эмоции, что порождает необходимость использования или создания концептов для более детального понимания тех или иных понятий. [3, с.27] Авторы выделяют 3 вида метафор: онтологические (эмоции – живая субстанция), ориентационные (система концептов по отношению друг к другу), структурные (концептуализация абстрактных сущностей посредством конкретных известных элементов человеческого опыта). [3]

Объектами данного исследования являются концептуальные метафоры англоязычного песенного дискурса. Цель исследования – посредством анализа выявить закономерности употребления когнитивной метафоры на тему «любовь». Для реализации цели исследования были проанализированы песни американского певца и автора своих песен Майкла Джексона. Концептуальная метафора «любовь» является главной тематикой и пищей для философских размышлений в песенном дискурсе Майкла Джексона. В ней можно выделить следующие виды:

1) Любовь – природная стихия

Первоисточником знаний, умений, чувственных ощущений для человека издревле была природа. Будда, открывая миру истины познания смысла жизни, указывал на необходимость учиться у природы. Так, олицетворяя себя с ее частью, ему удалось лучше познать себя и донести до людей основы поведенческих характеристик человека на основе примеров природных явлений. В современном мире данные приемы получили широкое распространение в творчестве, в том числе, в песенном дискурсе. Например, в песне Майкла Джексона «Don't stop till you get enough» любовное чувство выражается стихией огня, которая не только согревает все вокруг, но и освещает самого человека:

*Love shines in my eyes
Touch me and I feel on fire*

*Любовь сияет в моих глазах,
Прикоснись ко мне, я пылаю.*

*I'm melting i'm melting
Like hot candle wax sensation*

*Я таю, я таю,
Словно зажженная свеча.*

Американский певец в произведении «Leave me alone» сравнивает девушку с вершиной горы, объясняя ей, что разрыв отношений с ней для него не будет большой проблемой:

Ain't no mountain that I can't climb

*Нет такой вершины, что я бы не
смог покорить.*

В песне «In the closet» лирический герой объясняет своей возлюбленной, что возникшую между ними страсть невозможно погасить, и предлагает дать волю чувствам:

*You cannot cleave it
Or put it in the furnace
You cannot wet it
You cannot burn it
Then, if you want it
Then, won't you taste it
So open the door and you will see
This passion burns inside of me*

*Ты не можешь расколоть страсть,
Или бросить ее в печь,
Не получится намочить
Или как-то сжечь.
Если хочешь,
Так почему бы не вкусить ее?
Так открой же дверь и увидишь,
Как страсть горит внутри меня.*

2) Любовь – животная страсть

В песне «Centipede» образ женщины раскрывается через ее сопоставление с представителями животного мира, наделенными ярко выраженными чертами характера: потенциальная опасность, провокация:

*You're a snake that's on the loose
The centipede is hot
You're bound to feel the fire.
The fire is in your touch.
In the quiet of the night
The snake is in the crawlin'
The centipede is crawlin'
You came to strike him with your love
Like you crawled into the bathroom*

window

To bite him with your love

*Ты – змея, что на свободе.
Ты – пламенная сороконожка,
Ты непременно почувствуешь
страсть.*

Огонь в твоих прикосновениях.

*В ночной тишине
Змея ползет,
Сороконожка ползет,
Чтобы поразить своей любовью,
Заползла через ванное окно,
Чтобы укусить его.*

В произведении «Eaten alive» автор отображает животное начало человека, сказывающееся на взаимоотношениях людей. В описанной в песне паре оба партнера играют роли и хищника, и добычи:

*Animal stalking you at night
I'm a sucker for someone
And I got the prey in sight
You forget and let your spirit breathe*

*Capture me my blood is red
Another victim of your ritual
And you digest what I can see
The taste of you can be
I don't wanna get eaten alive*

*Зверь выслеживает тебя ночью.
Я для кого-то легкая добыча,
Но у меня тоже есть жертва на
прицеле.*

*Ты забываешься и позволяешь своей
сущности выйти наружу.*

*Поймай меня, моя кровь красна,
Очередная жертва твоего ритуала
Ты перевариваешь, что я
представляю,
Каким ты можешь быть на вкус.
Я не хочу быть съеденным заживо.*

3) Любовь – счастье

В данном виде когнитивной метафоры любовное счастье интерпретируется по-разному. В тексте песни «I just can't stop lovin' you» любовь представлена как чистое, невинное чувство, подобное божественным существам:

Heaven's glad you came ...

Heaven's in my heart

At your call, I hear harps, angels sing

Небеса рады, что ты пришла...

Небеса в моем сердце.

Когда я говорю с тобой,

Я слышу звучание арфы, пение ангелов.

Счастье в любовных отношениях зачастую окрыляет влюбленных, представляя собой возвышенное чувство, что находит отражение в песне Джексона «Loving you»:

We reached the high end mountain

And together we will fly,

We'll dance up in the heaven

Мы достигли нашей вершины,

И мы с тобой будем летать

И танцевать на небесах.

4) Любовь – страдание

Любовь не всегда приносит счастье. Боль, разочарование от несостоявшихся отношений зачастую люди выражают в творчестве. В песне «Say say say» мужчина страдает от отношений с женщиной:

But don't play games with my affection

I love you baby standing here

Baptized in all my tears

Tears ain't drying

Не играй с моими чувствами.

Я люблю тебя, я стою здесь,

Крещеный своими слезами.

Они не успевают высохнуть.

В музыкальном произведении «Man in the mirror» Майкл раскрывает слушателям свои эмоции и переживания:

I've been a victim of a selfish kinda love

A willow deeply scarred

Я был жертвой эгоистичной любви,

Я был ивой с глубокими рубцами.

Лирический герой в песне «Who is it» узнает об измене своей любимой и делится своими чувствами:

Somebody hurt my soul, I am the dead

I am the agony inside the dying head

Кто-то ранил мою душу, я мертвец,

Я – агония в своей умирающей голове.

На основании изложенного, в песнях Майкла Джексона было выделено несколько видов когнитивных метафор: любовь – природная стихия, любовь – животная страсть, любовь – счастье, любовь – страдание. Таким образом, посредством анализа концептуальной метафоры в любовной тематике, данная исследовательская работа раскрыла индивидуальность используемых Майклом Джексоном когнитивных метафор в его песенном дискурсе и позволила интерпретировать их интенции.

Литература и источники

1. Плотницкий Ю.Е. Лингвостилистические и лингвокультурные характеристики англоязычного песенного дискурса, диссертация кандидата филологических наук// Сам. гос. пед. ун-т. - Самара, 2005 – 7с;

2. Шевченко О.В. Тематическое своеобразие песенных текстов как способ реализации функций жанров песенного дискурса, статья; 2009 – 242-249с;

3. Лакофф, Дж. Метафоры, которыми мы живем: Пер. с англ. / Дж. Лакофф, М. Джонсон. М. : ЛКИ, 2017;

4. Потапчук, М.А. Песенный дискурс как коммуникативный процесс / М.А. Потапчук // Вестник ЧелГУ. 2013;

УДК 811.111

**ТРЕЙЛЕР КИНОФИЛЬМА КАК РЕКЛАМНЫЙ МЕДИАТЕКСТ
(НА МАТЕРИАЛЕ СОВРЕМЕННОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)**

Лысенко А. Р.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

nyuta.lysenko.00@inbox.ru

В данной статье рассматриваются проблемы, связанные с определением понятия «дискурс», вызванные его междисциплинарной спецификой употребления. Также рассматриваются разные подходы зарубежных и отечественных лингвистов к определению данного понятия и его связь с такими определениями, как «текст» и «речь». В работе приведены различные классификации дискурса. Интерес в этой типологии представляет медиадискурс и такие его разновидности, как кинодискурс и рекламный дискурс и их отличительные черты. Поскольку объектом нашего исследования является трейлер англоязычного кинофильма, представляется целесообразным предположить, что комбинация указанных выше дискурсов определяет специфику понятия «трейлер» как такового и, следовательно, тех характеристик, которые нужно учитывать при лингвистическом анализе. Необходимо понимать, что трейлер является не только формой презентации фильма, но и своеобразной разновидностью рекламы, которая имеет определенные функции. Здесь важно учитывать коммуникативные цели, которые должны быть достигнуты в результате просмотра, а также соответствующие лингвистические средства, которые будут варьироваться в зависимости от жанровой принадлежности. Также указывается важность учета экстралингвистических факторов в ходе анализа, поскольку они играют важную роль в процессе восприятия фильма зрителем.

Ключевые слова: дискурс, речь, текст, типы дискурса, медийный дискурс (медиадискурс), кинодискурс, трейлер

**FILM TRAILER AS AN ADVERTISING MEDIA TEXT
(ON THE MATERIAL OF THE MODERN ENGLISH LANGUAGE)**

Lysenko A.

Kemerovo State University

This article deals with the problems associated with the definition of “discourse” caused by its interdisciplinary specificity of use. Also, various approaches of linguists to the definition of this concept and its relation with such definitions as “text” and “speech” are considered. The paper presents various classifications of discourse. Mass media discourse and its varieties, such as film discourse and advertising discourse and their distinctive features, are of the most interest in this typology. Since the object of our research is the trailer of an English-language film, it seems reasonable to assume that the combination of the above-mentioned discourses determines the specifics of the concept of "trailer" as such and, consequently, the characteristics that need to be taken into account in the linguistic analysis. It is necessary to understand that the trailer is not only a form of presentation of the film, but also a kind of advertising that has certain functions. It is important to take into consideration the communicative goals that must be achieved as a result of viewing, as well as the appropriate linguistic means, which will vary depending on the genre. The importance of the extralinguistic factors in the analysis is also pointed out, since they play an important role in the process of perception of the film by the viewer.

Key words: discourse, speech, text, types of discourse, mass media discourse, film discourse, trailer

В настоящее время понятие «дискурс» обрело широкую популярность, поскольку используется в ряде различных научных дисциплин, таких как, лингвистика, языкознание, философия, социология, психология, психолингвистика, социоллингвистика и другие. В этом случае встает вопрос о многозначности термина, а, следовательно, об отсутствии чёткого и общепринятого определения «дискурса», поскольку все области гуманитарного знания имеют разные подходы к его определению.

Один из первых подходов возник как одно из основных направлений философии постмодернизма в середине 60-х годов 20 века и определял дискурс как эквивалент понятию «речь», который представлял собой определенный вид высказывания, ограниченный идеологически и социалью. При этом важно заметить, что дискурс уже не считают синонимом к слову текст, а даже наоборот, противопоставляют данные понятия по следующим критериям соответственно: процесс - продукт, диалогичность - статичность, актуальность - виртуальность. В то же время в работах представителей немецкой и американской школ больше внимания уделяется лингвистической и социоллингвистической сторонам дискурса, то есть он рассматривается как «особое употребление языка, связанное с общественной практикой, «совокупность речевых действий в социокультурном и историческом контексте, в которых производятся и воспроизводятся коллективное знание, мышление, чувства, устремления, обязательства социальных групп в гетерогенной языковой общности»» [1].

Если же мы обратимся к отечественному языкознанию, то исследования дискурса проходили сначала лишь в рамках внутренней лингвистики без учёта культурных, социальных и каких-либо психологических факторов. Например, по В. Г. Борботько, дискурс есть «текст, но такой, который состоит из коммуникативных единиц языка — предложений и их объединений в более крупные единства, находящиеся в непрерывной смысловой связи, что позволяет воспринимать его как цельное образование»[2]. Лишь в 90-е года XX века происходит изменение научной парадигмы в мировом языкознании и, как следствие, подход к определению понятия «дискурс», который становится одним из центральных разделов изучения лингвистики. Он уже рассматривается как форма коммуникации и отделяется от понятия текст, который теперь определяется как составляющая дискурса.

Если мы обратимся к типологии дискурсов, то найдем множество классификаций у различных авторов. Так, с точки зрения социоллингвистики В. И. Карасик выделяет два основных вида: персональный, когда говорящий выступает как личность, и институциональный, в котором говорящий — представитель какого-либо социального института.

В зависимости от коммуникативных целей и стратегий, которые реализуются в дискурсе, выделяют политический дискурс, военный дискурс, социальный дискурс, публичный дискурс, педагогический дискурс, юридический дискурс и т.д. И особую важность для нас имеет медиадискурс, специфика которого состоит в ориентированности на массы и воздействии на них. Здесь также выделяется множество подтипов, но больший интерес для нас представляет рассмотрение рекламного и кино- дискурсов, поскольку их комбинация определяет основные характеристики объекта нашего исследования — трейлера кинофильма.

Основная цель рекламного дискурса — привлечение к товару потребителей, что также подразумевает под собой формирование потребительского предпочтения одного товара другим. Кроме того, важным является коммуникативный аспект, поскольку в результате активизации взаимодействия потребителей возникает социальное одобрение, которое помогает в продвижении товара и привлечении большего числа потребителей. Главная стратегия, используемая для достижения цели рекламного дискурса — стратегия завоевания потребителя, которая представляет собой систему иерархических связей тактик и ходов. Стоит упомянуть, что к понятию «рекламный дискурс» близко понятие «креолизованный

текст», что подчеркивает использование множества разных знаковых систем: визуальных, аудиальных и вербальных (языковых), которые в совокупности помогают создать успешный рекламный образ.

Кинематограф в наши дни, определенно, занимает лидирующие позиции по степени влияния на аудиторию и передаче художественной информации, которая раньше выражалась лишь через напечатанный текст. Соответственно, кинодискурс активно исследуется в таких областях гуманитарного знания как психология, социология, философия, теория и практика перевода и другие. Так, А. Н. Зарецкая под кинодискурсом понимает «связный текст, являющийся вербальным компонентом фильма, в совокупности с невербальными компонентами - аудиовизуальным рядом этого фильма и другими значимыми для смысловой завершенности фильма экстралингвистическими факторами, т. е. креолизованное образование, обладающее свойствами целостности, связности, информативности, коммуникативно-прагматической направленности, медийности и созданное коллективно дифференцированным автором для просмотра реципиентом сообщения (кинозрителем)» [3].

Полноправно говорить о том, что трейлер является комбинацией указанных выше типов дискурса, поскольку это краткая презентация кинокартины, которая является своим родом разновидностью рекламной продукции. В нём также используются различные вербальные и невербальные средства, и имеется определенная коммуникативная цель – воздействовать на зрителя, чтобы он захотел прийти в кинотеатр и посмотреть фильм целиком. Важно выделить кинокартину из массы других и убедить «рынок», что её нельзя пропустить. При этом трейлеры создают новое повествовательное пространство, которое может очень значительно отличаться от мира, изображенного в фильме, и, как следствие, показать кинокартину в лучшем или худшем свете, чем она есть.

При лингвистической характеристике трейлера необходимо учитывать принципиальное отличие его структуры от структуры самого фильма. Так, в трейлере «изображения подобраны и скомбинированы таким образом, что привлечение внимания зрителя преобладает над поддержанием согласованности повествования» [4]. Также важна целевая аудитория, то есть учет жанровой специфики трейлера, ведь эффект, производимый мелодрамой, будет отличаться от боевика. От этого в какой-то степени будет и зависеть выбор лексических, грамматических и стилистических средств.

Так, например, в трейлере фильма “Mulan” (2020) можно обнаружить много лексики, связанной с темой войны и сражения, поскольку это одно из ключевых событий фильма: *under attack, invaders, to fight alongside, survivors, to protect, soldier, etc.* Также можно заметить тяготение к использованию модальных глаголов, таких как *must, can, have to*, что опять же связано с тематикой войны, поскольку солдаты должны защищать свою страну от нападения врагов: “*Every family must contribute one man to fight.*” С другой же стороны, здесь присутствует момент, относящийся непосредственно к китайской культуре, где принято чтить традиции, память предков, уважать старших, а также знать свое место и обязанности: “*Your job is to bring honor to the family. Do you think you can do that?*” В дополнении можно также выделить семантическое поле «семья», которое является ключевым элементом восточной культуры (*father, daughters, son, ancestors, family*), и слова, обозначающие понятия и реалии, которые являются важными в жизни китайского народа (*Phoenix, honor, Imperial Majesty, loyal, brave, true, duty*). Одним из ярких примеров употребления стилистических средств является использование инверсии, например, наречие *«this time»* в начале предложения, которое еще больше усиливает эмоциональное напряжение, подчеркивая неизбежность ситуации: “*This time he will not return.*”

Таким образом, мы можем заключить, что несмотря на отсутствие четкого определения понятия «дискурс», представляется возможным выделить основные черты, отличающие его от таких понятий как «текст» и «речь», но с которыми он находится в тесной взаимосвязи. Особое место в типологии дискурса занимает медиадискурс, что объясняется большой ролью СМИ в наши дни. Такие его разновидности, как рекламный и кино- дискурсы

являются одними из основных при определении понятия «трейлер кинофильма» и, как следствие, определяют его специфику при лингвистическом анализе.

Литература и источники

1. Горбунова М. В. К истории возникновения термина «Дискурс» в лингвистической науке / М. В. Горбунова. – Пенза: Известия ПГУ им. В.Г. Белинского, 2012. - №27.
2. Борботько В. Г. Элементы теории дискурса / В. Г. Борботько. - Грозный: Чечено-Ингушский государственный университет им. Л.Н. Толстого, учебное пособие, 1981. - 113 с.
3. Зарецкая А. Н. Особенности реализации подтекста в кинодискурсе / А. Н. Зарецкая. - Челябинск: Абрис, 2012. - 192 с.
4. Попова А. А. Трейлеры как разновидность рекламной продукции / А. А. Попова. – М., 2010. – 26 с.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Ермолаева Е. Н., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 519.763

ЭКФРАСТИЧЕСКОЕ ПРОЧТЕНИЕ СОВРЕМЕННОЙ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПОЭЗИИ (НА МАТЕРИАЛЕ СБОРНИКА «THREE MEN ON THE METRO»)

Пащенко М.М.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

paschmar@mail.ru

Данная научно-исследовательская работа является заключительной в серии работ по изучению феномена интермедиальности, встречающегося в стихотворных произведениях, в различных его проявлениях. Работа представляет собой исследование такого явления, как экфрасис, а также особенностей его функционирования в современных англоязычных поэтических текстах. Основой для практической части стал сборник стихотворений «Three Men on the Metro», авторами которого являются Энди Крофт, Уильям Герберт и Пол Саммерс. В процессе семиотического анализа выбранных нами стихотворений были выявлены и рассмотрены различные классификации экфрасиса, а также особенности функционирования каждого из видов; были проведены сравнительные анализы стихотворений трёх вышеупомянутых авторов с целью изучения способов внедрения экфрасиса в текст и исследования глубины его воздействия на восприятие текста читателем; были изучены принципы межсемиотических трансформаций, возникающих при введении экфрасиса в стихотворные произведения. Так как использование экфрасиса в тексте значительно расширяет его семантическую составляющую, то нами были также выявлены имплицитные смыслы изучаемых произведений и изучена их корреляция с личностями авторов, их идеологией, культурой и событиями, побудившими их к написанию данных текстов.

Ключевые слова: поэзия, интермедиальность, экфрасис, артефакт, семантическая ёмкость, символ.

EKPHRASTIC READING OF MODERN ENGLISH POETRY (BASED ON «THREE MEN ON THE METRO» COLLECTION OF POEMS)

Pashchenko M.M.

Kemerovo State University

This research work is the final in a series of works on the study of the phenomenon of intermediality in its various manifestations found in poetic works. The work represents a study of

219

the phenomenon of ekphrasis as well as exploration of the features of its functioning in modern English-language poetic texts. The basis for the practical part of the work was the collection of poems "Three Men on the Metro" written by Andy Croft, William Herbert and Paul Summers. In the process of semiotic analysis of the selected poems various classifications of ekphrasis were identified and considered, as well as the peculiarities of the functioning of each type. Comparative analyses of the poems of the three above-mentioned authors were conducted in order to study the ways of introducing ekphrasis into the text and the depth of its impact on the reader's perception of the text; the principles of intersemiotic transformations that occur when introducing ekphrasis into poetic works were studied. Since the use of ekphrasis in the text significantly expands its semantic component, we also identified the implicit meanings of the studied works and their correlation with the authors' personalities, their ideology, culture, and events that prompted them to write these texts.

Key words: poetry, intermediality, ekphrasis, artifact, semantic capacity, token.

Междисциплинарные теории изучения текста за последние несколько десятилетий стали крайне популярным и актуальным явлением в современном литературоведении. Интермедийные исследования позволяют находить всё новые способы интерпретации прозаических и поэтических текстов, содержащих в себе сразу несколько семиотических систем.

Одной из основных форм интермедийности является экфрасис. Таранникова Е.Г. определяет данное явление как «словесное воссоздание произведений изобразительного искусства», служащее источником порождения новых смыслов [1].

Следует отметить, что несмотря на то, что феномен экфрасиса восходит к Античности (тогда он понимался как любое описание, выходящее за рамки основного повествования текста), на сегодняшний день ни в отечественном, ни в зарубежном литературоведении нет единого взгляда на это явление. Однако большинство исследовательских работ сводится к пониманию экфрасиса как связующего элемента вербального и изобразительного рядов. Автор художественного текста стремится визуализировать физический объект, посредством словесных средств, вызывая в сознании читателя некий ментальный образ, соответствующий авторскому видению артефакта.

Е.С. Аникеева и Л.П. Прохорова отмечают, что, как правило, «автор детально описывает артефакт, с целью создания комплексного и целостного образа в сознании читателя», однако репрезентация его может быть и частичной – в таких случаях автор передаёт лишь самые значимые для него детали, которые обладают символической значимостью и расширяют семантическую ёмкость текста [2].

Также необходимо уделять особое внимание личности автора, использующего экфрасис в своём тексте. Автор является носителем совокупности культурно-исторической и эстетической информации, и расшифровка экфрасиса приближает читателя к пониманию авторского мировоззрения, философии.

Поскольку объектом нашего исследования является именно поэтический экфрасис, то за его основу мы решили взять крайне интересную работу, авторами которой являются три английских поэта: Энди Крофт, Уильям Герберт и Пол Саммерс. Весной 2008 года они приехали в Москву и совершили путешествие по станциям крупнейшего метрополитена России, попутно фиксируя свои впечатления и создавая поэтические «зарисовки» достопримечательностей особо выдающихся станций. По окончании поездки поэты выпустили сборник стихотворений «Three Men on the Metro», из которого мы отобрали наиболее подходящие для нашего исследования стихи.

Целью нашей работы является выявление механизмов взаимодействия современного англоязычного поэтического текста и некоего объекта искусства, инкорпорированного в его структуру, а также исследование влияния экфрасиса на расширение семантического поля текста.

Принимая во внимание специфику материала, взятого за основу нашей исследовательской работы, следует также затронуть 2 основные классификации экфрасиса, встречающегося в стихотворениях сборника. Классификация по объекту описания разделяет экфрасисы на прямые и косвенные [3]. В первом случае речь идёт о непосредственном описании артефакта или же открытом указании автора на то, что он описывает какой-либо визуальный объект, являющийся произведением искусства. Косвенный же экфрасис основан лишь на включении мотивов того или иного артефакта, автор только намекает на его цитирование.

Вторая классификация делит экфрасисы по принципу описываемого референта и делит их на группы, репрезентирующие произведения: 1) изобразительного искусства, 2) архитектуры, 3) синтетического искусства (кино) и 4) визуальные объекты, не являющиеся произведениями искусства (фото, реклама, открытки и др.).

Итак, в основе экфрасиса лежит процесс кодового преобразования: художественная информация переводится с аналоговой системы кодов в символьную. Экфрасис открывает новые принципы и способы интерпретации «многоуровневых» художественных произведений, а в особенности – поэзии. В данной научной работе проводится исследование группы стихотворений, относящихся к сборнику «Three Men on the Metro», в результате которого были изучены механизмы расширения семантического поля текста при помощи экфрасиса, а также проанализированы языковые средства, участвующие в воссоздании художественных образов.

Литература и источники

1. Таранникова Е.Г. Экфрасис в англоязычной поэзии: дис. ... канд. филол. наук. Рос. гос. пед. ун-т им. А.И. Герцена, Санкт-Петербург, 2007. <https://dlib.rsl.ru/01004044818>
2. Интермедиальность поэтического дискурса: монография / Е.С. Аникеева, Л.П. Прохорова; Кемеровский государственный университет. – Кемерово, 2016. – 112 с.
3. Яценко, Е. "Любите живопись, поэты...": экфрасис как художественно-мировоззренческая модель / Е. Яценко // Вопросы философии. - 2011. - №11. - С.47-57.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Прохорова Л.П., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 81'373,4

ФИТОМОРФНАЯ МЕТАФОРА КАК СПОСОБ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА В ПЕДАГОГИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ К.Д. УШИНСКОГО

Портнягина Д.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

portnyagina0150@gmail.com

Данная статья посвящена установлению роли фитоморфных метафор в изложении основных дидактических положений в работах К.Д. Ушинского. В частности, рассмотрена роль названных метафор в репрезентации основных концептов педагогического дискурса – концептов «обучение», «воспитание», «ученик», «учитель» и др. Фитоморфная метафорическая модель, репрезентирующая перечисленные концепты, включает в свой состав фреймы «Состав царства растений», «Части растений», «Жизненный цикл растений и участие в нем человека», «Места произрастания растений», каждый из которых характеризует различные аспекты образовательного процесса. Фитоморфные метафоры, функция которых заключается в характеристике педагогических концептов через отсылки к природе, показывает зависимость результата обучения ученика от его природных способностей, условий обучения, деятельности педагога, демонстрирует возможность

корректирования результатов обучения в процессе «роста» обучающегося.

Ключевые слова: педагогический дискурс, фитоморфная метафора, образовательный процесс, ученик, учитель, К.Д. Ушинский.

PHYTOMORPHIC METAPHOR AS A WAY OF REPRESENTING THE EDUCATIONAL PROCESS

In the PEDAGOGICAL DISCOURSE of K. D. USHINSKY

Portnyagina D.A.

Kemerovo State University

This article is devoted to establishing the role of phytomorphic metaphors in the presentation of the main didactic provisions in the works of K.D. Ushinsky. In particular, the role of these metaphors in the representation of the basic concepts of pedagogical discourse — the concepts of «teaching», «education», «student», «teacher», etc. Phytomorphic metaphorical model representing these concepts is included frames in the composition of the «Kingdom Composition plants», «Parts of plants», «Life cycle of plants and human participation in it», «Plants of plant growth», each of which characterizes various aspects of the educational process. Phytomorphic metaphors, the function of which is to characterize pedagogical concepts through references to nature, shows the dependence of the student's learning outcomes on his natural abilities, learning conditions, and teacher's activities, demonstrates the possibility of correcting learning outcomes in the student's «growth» process.

Key words: pedagogical discourse, phytomorphic metaphor, educational process, student, teacher, K.D. Ushinsky.

Проблема коммуникации всегда была объектом большого внимания многих наук о человеке: психологии, социологии, педагогики, философии, лингвистики. Вопрос о педагогической коммуникации начал активно рассматриваться в 60-х годах XX века. В педагогике процесс обучения изучается как коммуникативная деятельность, при этом коммуникация определяет эффективность всего процесса обучения, так как влияет на его структурные элементы (цели, задачи, методы, принципы, содержание формы). Педагогическая коммуникация рассматривается как организация учебно-воспитательной деятельности на основе восприятия, усвоения, использования и передачи информации из разных источников [8]. В рамках когнитивно-семантических исследований значительное внимание уделяется изучению того, как участники педагогического процесса концептуализируют образовательный процесс и его участников [2, с. 69]. Зачастую концептуализация происходит при помощи метафоры.

Использование метафоры для концептуализации различных аспектов образовательного процесса рассмотрено в работах Э.В. Будаева и А.П. Чудинова [1, 2], Е. Г. Кабаченко [3], О.Н. Кондратьевой [4, 5], Н.В. Мельниковой [6] и др. Детальное изучение литературы по использованию метафор в педагогике выделяет отдельное направление – исследование роли метафоры в концептуализации образовательного процесса в трудах педагогов-новаторов: Ш.А. Амонашвили, Н.Д. Крупской, А.С. Макаренко и др. Среди них особое внимание уделяется наследию К.Д. Ушинского.

К. Д. Ушинский – основоположник научной педагогики в России, его даже называют «отцом русской педагогики». Он обосновал идею народного воспитания, послужившую основой для создания оригинальной русской педагогики. Изучение трудов К.Д. Ушинского показало доминирование метафор среди остальных средств художественной выразительности. Определяя ведущую группу среди примеров, следует отдать лидерство двум – кулинарной и фитоморфной. Фитоморфная метафора является более частотной, следовательно, она наиболее значима для К.Д. Ушинского.

Задача исследования – описание фитоморфных метафор, репрезентирующие базисные концепты педагогического дискурса в наследии К.Д. Ушинского. Материалом исследования

послужили труды «О народности в общественном воспитании», «Человек как предмет воспитания. Опыт педагогической антропологии», «Три элемента школы», Материалы к третьему тому «Педагогической антропологии».

Фитоморфные образы – одна из традиционных понятийных сфер педагогической концептуализации, фитоморфная метафорическая модель включает в свой состав «базовые метафоры, связанные с архетипическим восприятием мира: в котором все имеет корни и плоды, происходит из каких-то семян и зерен» [7, с. 145]. Основной ролью фитоморфной метафоры в педагогическом дискурсе является характеристика ключевых концептов педагогики – «ученик», «учитель», «школа», «обучение», «мыслительные действия» и т.д. через отсылки к природе.

В процессе исследования использовалась разработанная А.П. Чудиновым методика анализ метафор (в том числе и фитоморфных), которая включает характеристику сферы-источника (мир растений) и сферы-мишени (образовательный процесс), описание структурирующей модель фреймов и слотов, определение компонентов, которые связывают первичные и вторичные значения охватываемых данной моделью единиц [7, с. 45].

Фитоморфная метафорическая модель в наследии К.Д. Ушинского включает в свой состав фреймы «Состав царства растений», «Части растений», «Жизненный цикл растений и участие в нем человека», «Места произрастания растений», каждый из которых характеризует различные аспекты образовательного процесса.

1. Фрейм «Состав царства растений». Данный фрейм представляет уровень родового наименования, метафорическое значение приобретают лексемы *дерево, кустарник, цветок, сорняк*, показывающие качества человека. Всех участников образовательного процесса можно охарактеризовать через классы растительного мира: *Жалко смотреть на такое бедное создание, напоминающее собою **цветок**, развернутый руками, **вялый и неспособный к свежей, сильной жизни*** (Материалы к третьему тому «Педагогической антропологии»).

2. Фрейм «Части растения». Данный фрейм является наиболее частотным и структурированным фреймом рассматриваемой модели. В его основе лежат две ориентационные (по Дж. Лакоффу) метафоры: противопоставление зоны низа (корня, то есть глубинного, сокрытого, подлинного источника силы) и верха (ветвей, верхушки), то есть сферы власти. Вторая ориентационная метафора связана с соотношением причины (корней, зерен) и следствия (плодов, урожая).

2.1. Слот «Корни». Традиционно корни символизируют источник силы и могущества дерева, именно благодаря корням живет верхушка дерева, развиваются его ветви. В педагогической метафоре данный слот выражает историческую основу образования и науки, зачастую он связан с процессом введения новшеств в систему обучения: *Самые основания старой системы **подрыты, корень новой реформы уже принялся и растет с силой и быстротой, свойственной растениям американской почвы*** («Школьные реформы в Северной Америке»); *Замена этих факультетов в учительских семинариях и в сильном историческом направлении **воспитания, а у нас оно так же не пустило корней**, как растение, которое дитя посадило и постоянно выдерживает* («Человек как предмет воспитания. Опыт педагогической антропологии»).

Попытки учителя пробовать что-то новое в процессе обучения, способности ученика воспринимать эти изменения также выражаются при помощи использования данной модели: *Из характера привычки вытекает уже само собой, что для **укоренения ее требуется время**, как требуется оно для возрастания семени, посаженного в землю, и **воспитатель, который торопится с укоренением привычек и навыков, рискует вовсе не укоренить их*** (Материалы к третьему тому «Педагогической антропологии»);

2.2. Слот «Плоды, цветы, семена и зерна». Информация, которую ученик получает из окружающего мира, подобно семенам и зернам, может дать всходы, произрасти в цветы и подарить плоды. Соответственно, чистота и полезность семян и зерен влияет на дальнейшее развитие ученика, на конечный результат, т.е. на плоды своей работы: *Нарушая простые*

правила, а также манкируя часто уроками или перестанавливая их с одного часа на другой, **вы кладете в душу дитяти те семена беспорядочности в делах, которые, развившись с течением времени, могут отравить всю его жизнь** («Родное слово. Книга для учащихся»); Дело воспитания, следовательно, состоит в том, чтобы занять ум воспитанника в это время такими **идеями и мыслями, которые могут со временем принести в нем добрые плоды** («Письма о воспитании наследника престола»).

3. Фрейм «Жизненный цикл растений и участие в нем человека».

3.1. Слот «Жизненный цикл растений». Жизненный цикл растения часто метафорически обозначает динамику развития какого-либо субъекта деятельности, который, как и растение, может укореняться, давать ростки, расти, увядать: *Его требования и средства есть именно та почва, в которой может укорениться самостоятельное развитие народного развития* («О пользе педагогической литературы»); *Если бы эти следы не накапливались в человеке с детства, то не выказались бы они так ясно под старость: толстые кривые сучья крепкого дуба, которые можно теперь сломать или выкрошить, были тоненькими стебельками и в то же время движение легкого ветра определило их теперешнее, неизменное направление* (Материалы к третьему тому «Педагогической антропологии»).

3.2. Слот «Уход за растениями и уборка урожая». Ученик, подобно растению, нуждается в уходе, питании, постоянном получении веществ, способствующих росту и развитию: *Можно ли и должно ли разрабатывать эти различные почвы одними и теми же орудиями, сеять и производить на них одни и те же растения – или для каждой почвы педагогика должна открыть особые, этой почве свойственные, растения?* («О народности в общественном воспитании»).

Цель педагога – посеять в ученика чистое, благородное семя учения, которое в будущем даст достойные плоды: **Воспитатель должен пользоваться всяким случаем, чтобы через посредство учения закинуть в душу дитяти какое-нибудь доброе семя и связывать хорошее чувство со всяким представлением, с которым оно только может быть связано** («Материалы к третьему тому «Педагогической антропологии»).

4. Фрейм «Места произрастания растений».

4.1. Слот «Поле и почва». Традиционно образы поля и почвы характеризуют сферу деятельности субъекта. Эффективность процесса обучения зависит от подготовленности учителя, как урожайность зависит от почвы, на которой произрастают растения: *Новая борьба разумной жизни с темной бездной природы начинается; она происходит на том же поле, только освеженном долгой зимой; приходит новая весна, и сеются вновь семена добра и истины* («О народности в общественном образовании»); *До сих пор приготавлилась почва, и теперь только настает юность – весна жизни – пора сеяния. О дай Боже, чтобы ни одно дурное семя не попало даже как-нибудь нечаянно в эту юную душу, которой суждено быть душой 60 миллионов русского народа!* («Письма о воспитании наследника престола»).

Подводя итоги, можно сделать вывод, что фитоморфная метафора опирается на признание изначальной данности человеческих качеств, педагогическая деятельность нацеливается на создание необходимых условий для роста и развития способностей, заложенных от рождения. В ракурсе этой концептуальной метафоры цель образования трактуется как следование природе человека. Анализируя смысловое наполнение метафоры, можно сделать вывод о том, что результат обучения и воспитания предопределен природой, но в то же время в значительной степени поддается педагогической коррекции.

Литература и источники

1. Будаев, Э. В. Дискуссия о метафорах в современной зарубежной педагогике / Э. В. Будаев, А. П. Чудинов // Педагогическое образование в России. – 2007. – № 1. – С. 188–200.

2. Будаев, Э. В. Метафора в педагогическом дискурсе: современные зарубежные исследования / Э. В. Будаев, А.П. Чудинов // Политическая лингвистика. – 2007. Вып. (1) 21. – Екатеринбург, 2007. – С. 69-75
3. Кабаченко, Е. Г. Метафорическое моделирование базисных концептов педагогического дискурса: дис. ... канд. филол. наук / Е.Г. Кабаченко. – Екатеринбург, 2007. – 239 с.
4. Кондратьева, О.Н. Метафорическое моделирование в педагогическом дискурсе / О. Н. Кондратьева // Педагогическое образование в России. – 2013. – № 1. –С. 116-121.
5. Кондратьева, О. Н. Метафорическое представление внутреннего мира человека в педагогическом дискурсе / О. Н. Кондратьева // Человек. Язык. Культура.: Сб. науч. ст., посвященных 60-летию юбилею В. И. Карасика. – Киев: Издательский дом Д. Бураго, 2013. – С. 677–686.
6. Мельникова, Н. В. Метафора в педагогическом дискурсе: дис. ... канд. филол. наук Н. В. Мельникова. – Ростов-на-Дону, 2007. – 178 с.
7. Чудинов, А. П. Россия в метафорическом зеркале: Когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000) / А.П. Чудинов. – Екатеринбург: УРГПУ, 2001. – 239 с.
8. Якунин, В. Н. Обучение как процесс управления: психологические аспекты / В. Н. Якунин. – Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1988. – 160 с.
9. Ушинский, К. Д. Педагогические сочинения в шести томах / К. Д. Ушинский. – М.: Педагогика, 1988. – Т. 1–6.

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Кондратьева О. Н. , ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 811.581

**ИЕРОГЛИФЕЧЕСКИЕ НАИМЕНОВАНИЯ СПОРТСМЕНОВ КАК
ДЕТЕРМИНАНТЫ ИЕРОГЛИФИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ КИТАЙЦЕВ**

Русякова М. С.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

zwick@list.ru

В данной работе рассмотрены некоторые особенности письменности современного китайского языка, проводится анализ взаимосвязи иероглифического письма и ассоциативного мышления китайцев. Также был изучен и описан фрагмент языковой картины мира китайцев. Предмет исследования – наименования спортсменов в китайском языке. Для сбора материала были использованы метод сплошной и целенаправленной выборки слов из словаря; беседы с носителями китайского языка; метод пропозиционально-фреймового моделирования. Собранный материал ранее не был описан с позиции когнитивной лингвистики. В ходе данной работы были поставлены и решены такие задачи, как изучение теоретической базы явления «языковая картина мира»; сбор и анализ материала из словарей и данных психолингвистического эксперимента; выявление пропозициональных структур и пропозиций именовании спортсменов в китайском языке; раскрытие лингвокультурных особенностей отобранного материала. В ходе проведенного исследования удалось достигнуть основную цель – изучить и описать фрагмент языковой картины мира китайцев. Перспективы исследования связаны с возможностью использования результатов исследования при изучении лексики китайского языка, а также в межкультурном общении.

Ключевые слова: китайский язык, языковая картина мира, ассоциативное мышление, иероглифическое письмо, именовании спортсмена, цепной ассоциативный эксперимент.

HIEROGLYPHIC NAMES OF SPORTSMEN AS DETERMINANTS OF CHINESE HIEROGLYPHIC THINKING

Rusliakova M. S.

Kemerovo State University

This paper considers some of the features of the writing of the modern Chinese language, analyzes the relationship of hieroglyphic writing and associative thinking of the Chinese language. The fragment of the language picture of the world of the Chinese language was also studied and described. The subject of the study is the names of sportsmen in the Chinese language. The method of continuous and targeted selection of words from the dictionary was used; conversation with native speakers of the Chinese language; method of propositional frame modeling were used to collect material. This material has not previously been described in terms of cognitive linguistics. In the course of this work, tasks such as studying the theoretical basis of the phenomenon of “language picture of the world” were posed and solved; collection and analysis of material from dictionaries and data from a psycholinguistic experiment; identification of propositional structures and propositions of naming athletes in Chinese; disclosure of linguistic and cultural features of the selected material. In the course of the study, the main goal was achieved - to study and describe a fragment of the language picture of the world. The research prospects are related to the possibility of using the research results in the study of the vocabulary of the Chinese language, as well as in intercultural communication.

Key words: Chinese language, language picture of the world, associative thinking, hieroglyphic writing, sportsman, chain associative experiment.

В настоящее время изучение в сопоставительном плане языковой картины мира русской и китайской лингвокультур актуально и значимо в связи с тесным взаимодействием России и Китая в области торговли, экономики, политики, а также в сфере спорта.

Языковая картина мира – это совокупность всех результатов познания человеком мира, представленных в языковой форме. Изучая языковую картину мира конкретного этноса, мы можем проследить результаты работы сознания его представителей, когнитивные процессы. «Различные языки являются для нации органами их оригинального мышления и восприятия» [1, с. 324]. Различия обусловлены культурой, местом проживания, природными условиями, веяниями моды и т.д. Так же, как внешние факторы влияют на язык, язык влияет на формирование культурных традиций, обычаев и мышления народа. Особый интерес вызывает влияние китайского языка, в силу его фонетических и графических особенностей, на формирование традиций и обычаев, культурных явлений и даже мышления народа.

«Слово в китайском языке — это нечто совсем иное, чем простое обозначение понятия» [2, с. 28]. Большинство иероглифов китайского языка – составные. Составной иероглиф является комбинацией графем. Графемы, либо внешне похожие на то, что они обозначают, либо выражающие идею, «являются тем строительным материалом, из которого созданы все иероглифы» [3, с. 5]. «Не только сложный иероглиф в целом, но и отдельные графемы несут определённую семантическую нагрузку» [3, с. 5].

«Китайское иероглифическое письмо опирается на визуализацию» [4]. Оно оперирует знаками и символами, раскрывающими определенный образ.

Достаточно обратиться к знаку со значением «иероглиф» в китайском языке – 字 zì. Он состоит из графем 宀 mián «крыша дома» и 子 zǐ «ребенок»; это доказывает тот факт, что китайцы сравнивали создание нового иероглифа с воспитанием ребенка. Следовательно, каждый элемент сложного иероглифа важен и играет свою роль в общем значении слова.

«Для китайского традиционного мышления характерна неразвитость абстрактного мышления. В основе его лежит не Слово, а Образ, идеограмма, а еще точнее – иероглиф,

который породил так называемый иероглифический тип мышления. Каждый иероглиф сам по себе Образ, Целое» [5, с. 63].

Графемы и иероглифы первоочередно влияют на мыслительные процессы китайцев. Для доказательства данной гипотезы был проведен цепной ассоциативный эксперимент.

Эксперимент для китайских студентов был проведен следующим образом: 50 испытуемых, китайских студентов, получили анкету с 26 словами-стимулами, обозначающими именованная спортсменов, и, согласно инструкции, должны были заполнить ее, написав против каждого стимула первые пришедшие на ум слова, вызванные в сознании заданным стимулом; другим 50 участникам эксперимента, китайским студентам, были показаны изображения спортсменов, на которые испытуемые должны были написать свои ассоциации. Китайцы – студенты Цицикарского университета и Шаньдунского университета путей сообщения.

Слова-ассоциаты у двух групп не совпали. Испытуемые, перед которыми были иллюстрации, писали значительно больше слов-ассоциатов, чем испытуемые, перед которыми были иероглифы. Та информация, которая формально представлена в слове, и была основой ассоциаций второй группы испытуемых. Иллюстрации спортсменов позволили китайцам оставить так называемое «иероглифическое мышление» и обратиться к фоновым знаниям о предмете. У группы китайцев, которым были показаны изображения, слова-ассоциаты более разнообразны и не связаны напрямую с составляющими компонентами определенного наименования спортсмена.

Также было отмечено, что в китайском языке в наименованиях спортсменов преобладают полипропозициональные структуры; это связано с тем, что каждый отдельный иероглиф слова, состоящего из нескольких иероглифов, имеет значение. Например, футбол 足球 zúqíú (足 zú – ступня; стопа; 球 qíú – мяч), соответственно футболист 足球运动员 zúqíúyùndòngyuán – тот, кто играет в футбол; тот, кто пинает стопой по мячу. Теннис 网球 wǎngqíú (网 wǎng – сеть; 球 qíú – мяч), теннисист 网球运动员 wǎngqíúyùndòngyuán – тот, кто играет в теннис; тот, кто кидает мяч через сеть.

Таким образом, можно сделать вывод, что китайцы, прежде всего, анализируют иероглиф и его составные части. Мышление китайцев во многом ведомо структурой иероглифа.

Литература и источники

1. Гумбольдт В. Язык и философия культуры. – М.: Прогресс, 1985. – 324 с.
2. Гране Марсель. Китайская мысль. 2004 – 28 с.
3. Ван Луся, Старостина С.П. Китайско-русский учебный словарь иероглифов. – Изд. 2-е, испр. и доп. – М.: Восточная книга, 2013. – 5с.
4. Бычкова Т.А. Культура традиционных обществ Китая и Японии: учеб. пособие к спец. курсу лекций. Томск: Изд-во Том. ун-та, 2001. – 63 с.
5. Бахтина Е. В. Синонимия счетных слов в китайском языке как одно из проявлений ассоциативного мышления // Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. 2013. №1 (21). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sinonimiya-schetnyh-slov-v-kitayskom-yazyke-kak-odno-iz-proyavleniy-assotsiativnogo-myshleniya> (дата обращения: 15.02.2020)

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Араева Л. А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

ПРОБЛЕМЫ ПОЭТИКИ РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ФОЛЬКЛОРА

УДК 82-5

ОСОБЕННОСТИ ЛЕКЦИЙ В. НАБОКОВА (на примере лекций по русской и зарубежной литературе)

Белобородова Е.Д.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

j_kosorukova@mail.ru

В статье рассматриваются герменевтические и педагогические особенности лекций В.В. Набокова по русской и зарубежной литературе. На основе представлений о лекции как особом жанре научно-педагогического высказывания выявляются специфические черты лекций Набокова. Рассматривается синтезирование художественного и научного подходов, использование игровых стратегий, использование пересказа и цитирования в лекциях Набокова.

Ключевые слова: лекции, Набоков, герменевтика, жанр, педагогика, литература, чтение.

FEATURES OF V. NABOKOV LECTURES (On the example of lectures on Russian and foreign literature)

Beloborodova E.

Kemerovo State University

The article considers hermeneutic and pedagogical peculiarities of V.V. Nabokov lectures on Russian and foreign literature. On the basis of ideas about the lecture as a special genre of scientific and pedagogical speech, specific features of Nabokov lectures are revealed. Synthesis of artistic and scientific approaches, use of game strategies, use of retelling and citation in Nabokov lectures are considered.

Key words: lectures, Nabokov, hermeneutics, genre, pedagogy, literature, reading.

Лекция - одно из главных звеньев учебного процесса. Слово «лекция» происходит от латинского «lectio», что означает чтение. Сегодня лекции являются неотъемлемой частью образовательного процесса во всех видах учебных заведений: университетах, академиях, институтах, колледжах, лицеях, гимназиях и школах. Основная дидактическая цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала, кроме того, она выполняет научные, воспитательные и мировоззренческие функции, вводя студента в творческую лабораторию лектора [1]. Поэтому лекция была и остаётся важной необходимой составляющей при подготовке специалистов любого уровня и профиля.

Лекция как гуманитарное явление должна отличаться рядом достоинств. На лекции должна быть выражена открытость позиции преподавателя по тому или иному научному вопросу, должны звучать его авторские оценки идей, теорий, педагогических систем, инноваций, проблем. В лекции должна отражаться концептуальность научной позиции преподавателя [9]. Главным на лекции является лектор – её автор и исполнитель. В аудитории он предстаёт как человек, у которого есть свой взгляд на науку, на процессы,

происходящие в ней, на ее историю и современное состояние, у которого есть свой вклад в эту науку. Всем этим требованиям, по нашему мнению, полностью соответствует знаменитый писатель, критик, публицист и преподаватель Владимир Владимирович Набоков.

В. Набокову как преподавателю и его лекциям исследователи уделяют достаточное внимание. Например, И. В. Сергиенко в своей диссертации «В.В. Набоков – литературовед и преподаватель литературы» рассматривает его лекции как часть художественного мира писателя, в них она находит отчетливое выражение концепции Набокова – исследователя-литературоведа и практическую апробация его эстетических и художественных принципов. Э.Р. Гусейнова в своей статье «Игровые стратегии в лекционном курсе В.Набокова» анализирует игровые и повествовательные стратегии лекционного дискурса В.В. Набокова. Она подчеркивает, что его лекции – это неизбежный путь в лабораторию писателя, где автор «Лолиты» предстает перед нами в образе «писателя-читателя», показывающего, как сделаны его собственные тексты, а данное положение не может не волновать литературоведа. И.Е. Филатов рассматривает лекции по русской литературе с целью реконструкции эстетической концепции игры писателя в контексте философско-эстетической дихотомии субъективного творчества. А.М. Павлов в своей диссертации «Проблема читателя в эстетике литературного модернизма: Креативно-рецептивные аспекты лекционного дискурса В. Набокова» обращается к лекциям Набокова посредством «осмысления горизонтов деятельности читателя» а в статье «Пересказ и его рецептивные возможности в «Лекциях по литературе» Владимира Набокова» предлагает воспользоваться терминами «читатель» и «перечитыватель» для определения отношения Набокова к тем, кто читает литературу. Так, исследователи творчества Набокова нередко обращаются к интерпретации критических работ автора, созданных в эмиграции, к которым и относятся интересующие нас лекции. Такие работы несомненно вызывают интерес, ведь критика русского зарубежья обладала своими особенностями, отличающими ее от литературно-критического процесса в советской России. Именно изучению "Лекций о русской и зарубежной литературе" с целью выделения и анализа нескольких своеобразных авторских особенностей мы решили уделить наше исследовательское внимание.

Первая особенность лекций В.Набокова – это их четкая структурированность. Все его лекции начинаются с небольшого введения. Здесь автор объясняет повод своего обращения к личности писателя. Например, Ф.М. Достоевского Набоков захотел «развенчать», а к А.П. Чехову он обратился потому, что это, по его мнению, «настоящий художник» [6]. После введения следует краткая биография писателя и только потом литературоведческий анализ его художественного наследия, в основе которого, как правило, ключевое произведение автора. Например, в лекции о Л.Н. Толстом ключевым произведением стал роман «Анна Каренина», а в центре внимания лекции о Ф. Кафке – повесть «Превращение».

Вторая особенность – синтез художественного и научного начал в лекциях. Анализ автора направлен не столько на осуществление образовательного процесса, сколько на формирование развитого литературного вкуса. Содержание лекций В. Набокова основывается на совмещении научно-аналитического и экспрессивно-эмоционального подходов. Сам В. Набоков писал: «если читатель совершенно лишен страстности и терпения – страстности художника и терпения ученого, – он едва ли полюбит великую литературу» [5]. Так, например, в лекции о Ф.М. Достоевском, описание жизни писателя носит тот самый оттенок двойственности. С одной стороны, автор изображает писателя иронически и даже саркастически: «Но в четыре часа утра его разбудили Некрасов и Григорович... От избытка чувств они решили разбудить автора и не медля ни секунды сообщить ему о своем впечатлении. «Ну и что же, что он спит, это поважнее сна, – решили они»» [6]. Суть в том, что, по мнению Набокова, Достоевский не являлся тем писателем, которого нельзя разбудит среди ночи, он не относил его к литературной элите своего времени. Поэтому большая часть этой лекции пропитана негативной оценкой Набокова. С другой стороны, например, при разборе «Записок из подполья» несмотря на

многочисленные негативные замечания, Набоков продемонстрировал строгий научно-аналитический подход, обнаружив явную склонность к четкой аргументации критической мысли. Набоков, вглядываясь в произведение, осмысляет и объясняет читателю необходимость буквально каждого фрагмента и эпизода «Записок». Таким образом, сложившуюся ситуацию наиболее точно, по нашему мнению, характеризуют следующие слова: «Набоков постоянно раздваивается: 1) как писатель он занят профессиональной критикой объекта исследования; 2) как читатель он не может скрыть своего восторга даже тогда, когда выявляет недостатки разбираемого автора» [3, с. 23].

Третья особенность – это игровые стратегии Набокова, которые были изучены Э.Р. Гусейновой в статье «Игровые стратегии в лекционном курсе В.Набокова». Например, она отмечает, что для лекционной манеры Набокова характерно «панибратское» отношение к писателям. Марсель Пруст у него сравнивается с Санта Клаусом, «щедро раздающим подарки», Джеймс Джойс был «в ударе», когда писал «Улисса», Гюстав Флобер ему «по душе», потому что «пишет от 80 до 90 страниц в год», а Сервантес – «полный и законченный невежда в географии». Здесь именно сниженное обращение к историческим лицам – игра Набокова с сознанием читателя. Еще одной из самых важных авторских игровых стратегий, используемых в лекциях, являются аллюзии к собственным текстам, и в частности, к «Лолите». В этом виден игровой аспект соревновательного характера. Понимая литературу как вневременное пространство, Набоков заимствует мотивы и приемы своих литературных предшественников. Вслед за Марселем Прустом он использует фиолетовый цвет, символизирующий в европейской литературе различные извращения [2].

Четвертая особенность лекций В.Набокова – их ярко-выраженное экспрессивно-эмоциональное начало. Так, для Набоковских лекций характерна частотность восклицаний: «Спустя семь лет после случившегося, как становится известно из главы шестьдесят четвертой, Эстер пишет свою повесть, в которой тридцать три главы, то есть половина всего романа, состоящего из шестидесяти семи глав. Удивительная память! Должен сказать, что, несмотря на великолепное построение романа, основной просчет был в том, что Эстер дали рассказать часть истории. Я бы ее и близко не подпустил!» [5], «Примечательная финальная нота!» [5], «Вещь страшная!» [6]; нередкое употребление риторических вопросов: «Можете себе представить?» [5], «Откуда эта одержимость Толстого, которая всю жизнь сковывала его гений, да и сегодня смущает чуткого читателя?» [6]; оценочные фразы и выражения: «ханжеское, мещанское правительство», «нудно буржуазны» [5], «наивный, неотесанный, плохо воспитанный», «безвкусица Достоевского» [6].

Пятая особенность – субъективность. Зачастую Набоков находится в плену своих творческих пристрастий, и поэтому его оценки отличаются излишней субъективностью. Это также связано с тем, что Набоков в своих лекциях чаще выступает не как строгий учёный, а как увлеченный читатель: «Мы готовы теперь приняться за Диккенса. Мы готовы теперь воспринять Диккенса. Мы готовы наслаждаться Диккенсом»; «С Диккенсом мы выходим на простор. На мой взгляд, проза Джейн Остен представляет собой очаровательную перелицовку прежних ценностей. У Диккенса ценности новые. Современные авторы до сих пор пьянеют от вина его урожая. Здесь не приходится, как в случае с Джейн Остен, налаживать подходы, обхаживать, мешкать. Нужно лишь поддаться голосу Диккенса – вот и все. Будь это возможно, я бы посвятил все пятьдесят минут каждого занятия безмолвному размышлению, сосредоточенности и просто восхищению Диккенсом. Но моя обязанность – направлять и приводить в систему эти размышления, это восхищение» [5].

Нельзя не отметить наличие большого количества пересказа и цитирования в лекциях Набокова – это и есть их шестая особенность, которую подробно изучил А.М. Павлов в работе «Пересказ и его рецептивные возможности в «Лекциях по литературе» Владимира Набокова». Он отметил, что пересказ становится определённой стратегией, которая позволяет Набокову проследить функционирование приёмов, с помощью которых «тема» превращается и воплощается в текст, в сюжет произведения. Кроме того, пересказ делает

текст лекции и статьи более доступным читателю-слушателю. Так, например, тот факт, что для пересказа Набоковым берутся такие фрагменты произведений, как описания еды («Мёртвые души», «Отцы и дети», «Дама с собачкой»), эпизоды, связанные с рождением и купанием детей («Анна Каренина»), эротические сцены, – всё, что имеет отношение к различным телесным деформациям героев, при пересказе и цитировании план телесного начинает вызывать внимание читателя [7].

Седьмая особенность лекций – это отсутствие в них академизма. С. Карлинский в своём исследовании отметил, что Набоков не придавал особого значения литературным школам и влияниям, его никогда не занимал процесс развития литературы во времени. Он оценивал произведения с точки зрения воображения и стиля автора. Для него было важно, чтобы студенты хотели читать, чтобы они читали с удовольствием и, в конечном итоге, приобрели хороший литературный вкус. Поэтому Набоков не заострял своё внимание на теории литературы, а привлекал своих слушателей интересными сюжетными линиями и деталями анализируемых произведений.

Так, восьмая особенность лекций – внимание к деталям. В. Набоков был не только первоклассным рассказчиком, но и дотошным лектором, который особое внимание уделял точности деталей. Так, например, исследуя Сэлинджера, Набоков обращается к его повести «Хорошо ловится рыбка-бананка», где обращает внимание на символику чисел. В романе Джойса «Улисс» Набоков анализирует временные связи. Всё это говорит о том, что Набоков, крайне избирательный в литературе, всегда считал, что детали являются неотъемлемой частью произведения.

Девятой особенностью, на наш взгляд, является неприязнь Набокова к «общим идеям», к отсутствию художественного вымысла и его доверие к иррациональности и потусторонности. Набокову-критику интересна индивидуально-авторская концепция создания художественного произведения, для него главное – это частные открытия и лично-выработанные ценности. Он видит текст как Вселенную, в которой сосуществуют реальный и сверхреальный миры. И с чем большим доверием автор художественного произведения относится к потустороннему миру и его трансцендентному познанию, тем с большим уважением Набоков пишет об этом авторе [4]. Так, например, при анализе новеллы Ф. Кафки «Превращение» в центре внимания Набокова анализ метаморфозы главного героя. Мистификационный характер превращения становится для него не только примером идеального замысла автора, но и примером использования мистического компонента с оригинальным замыслом.

И. В. Сергиенко говорит о том, что В. Набоков в своих лекциях предлагал оригинальную версию «понимания» произведения, своё художественное прочтение текста, а не его критический анализ. С этим трудно не согласиться, ведь Набоков был еще и писателем, что не могло не отразиться в его критических работах. Поэтому мы выделяем этот факт как десятую особенность его лекций. «Достоевский прекрасно умеет завладеть вниманием читателя, умело подводит его к развязкам и с завидным искусством держит читателя в напряжении. Но если вы перечитали книгу, которую уже прочли однажды и знаете все замысловатые неожиданности сюжета, вы почувствуете, что не испытываете прежнего напряжения» [6]. Набоков пытается объяснить в рациональных терминах слушателю (читателю) причину пережитого им самим читательского наслаждения (или, наоборот, отвращения). Так, одним из главных принципов набоковского литературоведения можно назвать создание «свободного пространства» вокруг читателя. Набоков оставляет его наедине с произведением, оставляя за собой роль не столько учителя, сколько посредника.

Таким образом, «Лекции по русской литературе» и «Лекции по зарубежной литературе» являются примером своеобразной критики русского зарубежья. Они обладают особенностями, не только отличающими её от литературно-критического процесса в советской России, но и выделяющими В.В. Набокова среди других историков, литературоведов и преподавателей того времени. Так, проделанный нами анализ лекций даёт чёткое представление о литературно-критической позиции автора. И если

«литературная критика - пристрастное, интуитивно-интеллектуальное просвечивание словесно-художественных текстов, выявление их наследственного историко-культурного кода, зримых и невидимых невооружённым глазом тончайших нитей, которыми данный текст прочно привязан к давнему эстетическому и этическому опыту» [8, с. 9], то любому читателю будет интересна интерпретация того или иного художественного произведения человеком, который сам является писателем, а значит и создателем неповторимого мира и характеров.

Литература и источники

1. Аболмасов Н. Н., Ковальков В. К., Кузьменков А. Н., Адаева И. А., Сердюков М. С. Лекции глазами студентов // Киберленинка. 2015 [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/lektsii-glazami-studentov> (дата обращения: 27.03.2020).
2. Гусейнова Э. Р. Игровые стратегии в лекционном курсе В. Набокова // Киберленинка. 2010 [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/igrovyie-strategii-v-lektsionnom-kurse-v-nabokova> (дата обращения: 27.03.2020).
3. Егорова А. В. Лекция В. Набокова о Ф. М. Достоевском: особенности жанра и стиля // Мир науки, культуры, образования. – 2010. – № 6, ч. 2. – С. 21-24.
4. Круз И. В. Владимир Набоков как литературный критик (восприятие и анализ произведений А. П. Чехова) // Киберленинка. 2012 [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vladimir-nabokov-kak-literaturnyy-kritik-vozpriyatie-i-analiz-proizvedeniy-a-p-chehova> (дата обращения: 27.03.2020).
5. Набоков В.В. Лекции по зарубежной литературе. – М.: Азбука-классика, 2019. – 448с.
6. Набоков В.В. Лекции по русской литературе. – М.: Азбука-классика, 2019. – 512 с.
7. Павлов А. М. Пересказ и его рецептивные возможности в «Лекциях по литературе» Владимира Набокова // Критика и семиотика. – 2002. - Вып. 5. – С. 175-179.
8. Прозоров В. В. История русской литературной критики: Учеб. для вузов.. М.: Высшая школа, –2002. – 463 с.
9. Роботова А. С. Университетская лекция: прошлое, настоящее, будущее // Киберленинка. 2009 [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/universitetskaya-lektsiya-proshloe-nastoyashee-budushee> (дата обращения: 27.03.2020).

Научный руководитель - канд. филол. наук, доц. Подковырин Ю.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 82

ОБРАЗЫ ДЕТЕЙ В РОЖДЕСТВЕНСКИХ РАССКАЗАХ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ КОНЦА XIX -НАЧАЛА XX ВВ.

Бочарова Д.С.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

dina.b.s@yandex.ru

Рождественская проза является богатым источником художественной информации и позволяет наиболее глубоко распознать духовную культуру русского народа, его историю, мифологические и религиозные представления, философию, национальный образ мыслей. Основное содержание работы составляет изучение жанровой поэтики рождественского рассказа в русской литературе конца XIX – начала XX века. Особое внимание уделяется рассмотрению конкретных детских образов в произведениях Ф.М. Достоевского, Н.С. Лескова, А. Куприна и Л. Андреева. Исследование является попыткой разобраться, какую

232

роль играют образы детей в жанре рождественских рассказов. С помощью сопоставительного анализа конкретных рождественских рассказов в работе показано разнообразие художественных средств и приемов, используемых писателями для создания детских образов.

Ключевые слова: рождественская проза, рождественский рассказ, жанровая поэтика рождественского рассказа, образ ребенка.

IMAGES OF CHILDREN IN CHRISTMAS STORIES THE DOMESTIC LITERATURE OF THE END XIX-HAS BEGUN XX CENTURIES

Bocharova D.

Kemerovo State University

The christmas prose is a rich source культуроведческой information and allows to distinguish most deeply spiritual culture of Russian people, its history, mythological and religious concepts, philosophy, national views. The basic content of work makes studying genre poetics of the christmas story in the Russian literature of the end XIX – beginnings XX of a century. The special attention is given consideration of specific children's images in F.M.Dostoevsky, N.S.Leskova, A.Kuprin and L.Andreeva's works. Research is attempt to understand, what role is played with images of children in a genre of christmas stories. By means of the comparative analysis of specific christmas stories in work a variety of art means and the receptions used by writers for creation of children's images is shown.

Keywords: christmas prose, the christmas story, genre poetics of the christmas story, an image of the child.

Рождественская проза является богатым источником художественной информации и позволяет наиболее глубоко распознать духовную культуру русского народа, его историю, мифологические и религиозные представления, философию, национальный образ мыслей. Определение жанра вызывает у читателя интерес: «рождественский» - от слова «Рождество», а, как известно из фольклора и национальных традиций, именно в это необычное время происходят на земле различные чудеса. Исследователи литературы часто заменяют понятие «рождественский» рассказ «святочным». Но стоит заметить, что понятие «святочный» более узкое по смыслу, так как Святки – время от Рождества Христова до Крещения, и понятие «рождественская проза» включает в себя святочные рассказы.

Обращаясь к традициям рождественского рассказа как жанра, можно говорить о том, что образ ребенка является неотъемлемым компонентом поэтики рождественского рассказа. Работа является попыткой разобраться, какую роль играют образы детей в святочных рассказах.

Рождественская проза — интереснейший пласт литературы. Всемирно признанный мастер этого жанра — английский романист Чарльз Диккенс (1812—1870). До Ч. Диккенса рождественская тематика появляется и в знаменитых сказках Г.Х. Андерсена («Снежная королева», «Девочка со спичками»).

Жанр рождественского рассказа формируется в эпоху предромантизма и романтизма «с ее интересом к национальной старине, к фольклорным традициям, к таинственному и фантастическому. Отсюда любовь к сюжетам о столкновении героев с демонической силой, встречах с приведениями, парапсихологических явлениях и т. д. Основным выступает мотив, связанный с Вифлеемским «чудом», - к народной фантастике присоединяется и собственно рождественская тема.

С начала XIX в. Наблюдается повышенный интерес к святкам и святочным гаданиям в русской литературе. Писатели обращаются к литературной обработке святочных быличек. Одним из первых произведений, действие которых происходит на святках, была опубликованная в 1812 году баллада В. А. Жуковского «Светлана, где главная героиня гадает на суженного во время святков.

В истории западноевропейской и русской литературы XIX века существовала традиция сочинения и издания произведений, специально приуроченных к одному из главных праздников христианского календаря – Рождеству. Рождественская литература представляет собой разнообразные варианты символической трактовки евангельской легенды. В конце XIX в. в России начинают издавать специальные сборники святочных произведений: «Рождественская ночь», «Светлая ночь», «Рождественская елка», «На святках», «Зимою студеной», «Несчастные» и др., где наряду с рождественскими рассказами публиковались стихотворения, сценки, песни, игры, очерки, исторические заметки и светская хроника. Помимо западноевропейского образца отечественная периодика ориентировалась на исконную фольклорную традицию. Журналы и «рождественские» сборники воспроизводили литографии на самые различные святочные сюжеты. М. Забылин в исследовании «Русский народ, его обычаи, обряды, предания, суеверия и поэзия» отмечает многообразие обычаев, примет, обрядовых действий, сопровождающих празднование Рождества и святок. Особенность русских святок в том, что они представляют собой «странную смесь обычаев из языческого обряда, смешанных с некоторыми христианскими воспоминаниями о спасителе мира».

Цель нашего исследования заключается в рассмотрении особенностей жанровой поэтики рождественского рассказа, изучении многоаспектности образа ребенка в рождественских рассказах писателей конца XIX - начала XX вв.. С помощью сопоставительного анализа «рождественских» рассказов показать разнообразие художественных средств и приемов, используемых писателями для создания образов героев.

Для достижения поставленной цели сформулированы следующие задачи:

- 1) Изучить литературоведческие подходы к определению жанра «рождественский рассказ».
- 2) Выявить особенности жанровой поэтики.
- 3) На основе жанровой поэтики разработать принцип отбора произведений отечественной литературы конца XIX - начала XX вв., в которых раскрывается образ ребенка.
- 4) Изучить средства изображения образа ребенка в выбранных произведениях.
- 5) Классифицировать средства и приемы создания образа ребенка в выбранных рождественских произведениях.

Новизна нашего исследования состоит в рассмотрении многоаспектности образа ребенка в рождественском рассказе на основе сопоставительного анализа «рождественских» произведений отечественных писателей конца XIX - начала XX вв., а также выявлении художественных средств и приемов, используемых писателями для изображения героев. В нашем исследовании впервые предпринята попытка анализа конкретных детских образов в русских «рождественских» рассказах.

Материалом для нашего исследования послужили рождественские произведения русских писателей конца XIX – начала XX вв. Следуя принципу отбора произведений отечественной литературы конца XIX - начала XX вв., в которых раскрывается образ ребенка, мы выбрали для анализа следующие рассказы: «Мальчик у Христа на ёлке», Ф.М. Достоевского, «Неразменный рубль» Н.С. Лескова, «Ангелок» Л.Н. Андреева, «Чудесный доктор» А.И. Куприна.

Создавая в своем творчестве неповторимый мир детства, соединяя его в жанре рождественского рассказа с философией Рождества, Н.С. Лесков, Ф.М. Достоевский, Л.Н. Андреев, А.И. Куприн, Н.В. Гоголь и другие классики привнесли в этот жанр новые образы, сказочные мотивы и поэтику. Тем самым установили новые рамки и правила жанровой «специфики», которая была успешно воспринята и получила достойное воплощение в святочных рассказах русских писателей XIX-XX веков.

Литература и источники

1. Бахтин М. М. Вопросы литературы и эстетики. М., 1975.

2. Душечкина Е. В. Святочный бум, или Праздничная повинность русских беллетристов // Новое литературное обозрение. 1994. № 6. С. 192-199.
3. Кротова А. А. Святочный рассказ в творчестве Н. С. Лескова и Ч. Диккенса // Тезисы докладов межвуз. науч. конф., посвящ. 160-летию со дня рожд. Н. С. Лескова. Орел, 1991. С. 28-30.
4. Кубасов А. В. Жанровое своеобразие «святочных рассказов» А. П. Чехова и В. Г. Короленко // Проблемы стиля и жанра в русской литературе XIX века. Екатеринбург, 1994. С. 94-104.
5. Пушкарёва В. С. Дети и детство в творчестве Ф. М. Достоевского и русская литература второй половины XIX века. Белгород, 1998.
6. Самсонова Н. В. Рождественский текст и его художественная антропология в русской литературе XIX первой трети XX вв. Автореф. дис. . канд. филол. наук. Воронеж, 1998.
7. Старыгина Н. Н. Святочный рассказ как жанр // Проблемы исторической поэтики. Вып. 2: Художественные и научные категории. Сб. науч. трудов. Петрозаводск, 1992. С. 113-127.
8. Топоров В. Н. Праздник // Мифы народов мира. Энциклопедия: в 2-х т. / Гл. ред. С. А. Токарев. Т. 2. М.: «Большая российская энциклопедия», 2000. С. 329 – 331.
9. Третьякова О. Г. Стилиевые традиции святочного и пасхального жанра в русской прозе рубежа XIX-XX веков. Автореф. дис. канд. филол. наук. М., 2001.
10. Ф. Шиллер «О наивной и сентиментальной поэзии», с. 13-15; <https://lit.wikireading.ru/37464>
11. Чудо рождественской ночи: Святочные рассказы. Составление, вступительная статья, примечания Е.В. Душечкиной и Х. Барана. — СПб.: Художественная литература, 1993.

Научный руководитель - канд. филол. наук, доц. Подковырин Ю.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 82-1

**ПОЭТИКА «ПАРИЖСКОЙ НОТЫ» В ИЗБРАННЫХ СТИХОТВОРЕНИЯХ
ЮРИЯ МАНДЕЛЬШТАМА**

Варина Е.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

Katyavarina98@mail.ru

Работа посвящена изучению творческого наследия «Парижской ноты», воплощенного в стихотворениях Юрия Мандельштама. Автором проведено исследование документов, посвященных изучению творчества многих представителей представленного литературного объединения, а также работ, освещающих вопрос литературы первой волны эмиграции. Также автором проведен анализ избранных стихотворений сборника Ю. Мандельштама «Остров» с целью выявления поэтики заявленного литературного явления и доказательства принадлежности творчества автора к последнему.

Ключевые слова: парижская нота, эмиграция, поэзия, поэтика, поэтическое письмо, русская литература, литература зарубежья, Юрий Мандельштам, сборник.

**POETICS OF THE "PARISIAN NOTE" IN SELECTED POEMS BY YURI
MANDELSTAM
Varina E.A.**

The work is devoted to the study of the creative heritage of the "Parisian note", embodied in the poems of Yuri Mandelstam. The author conducted a study of documents devoted to the study of the creativity of many representatives of the presented literary Association, as well as works covering the issue of literature of the first wave of emigration. The author also analyzed selected poems of the collection of Y. Mandelstam "island" in order to identify the poetics of the claimed literary phenomenon and prove that the author's work belongs to the latter.

Key words: Parisian note, emigration, poetry, poetics, poetic writing, Russian literature, literature abroad, Yuri Mandelstam, collection.

Невозможно изучить в полной мере историю литературного искусства без рассмотрения связи прошлого с настоящим, влияния предшествующего поколения поэтов и писателей на поколение настоящее.

Актуальность данной работы заключается в необходимости завершить рассмотрение и систематизацию литературы русской эмиграции через призму творчества ее представителей с целью дальнейшего изучения истории русской литературы. Новизна проблемы заключается в том, что творчество Ю. Мандельштама было исследовано недостаточно исчерпывающе, так как в свете изучения эмигрантской поэзии 20 – 30х годов XX века большее внимание было уделено наиболее ярким и на данный момент уже изученным представителям «Парижской ноты» - Адамовичу Г. В., Штейгеру А. С. и Червинской Л. Д.

Объект исследования –избранные стихотворения из сборника стихотворений Ю. Мандельштама «Остров».

Предмет исследования - основополагающие принципы написания стихов, поэтические приемы, мотивы и тематика «Парижской ноты», воплощенные в стихотворениях сборника.

Цель: выявление поэтики «Парижской ноты» в произведениях «Острова» Ю. Мандельштама. Создание теоретической базы исследования;

1. Изучение и систематизация научных работ отечественных литературоведов о «Парижской ноте»;
2. Выявление поэтики «Парижской ноты» в ее многоаспектности;
3. Анализ стихотворений сборника Ю. Мандельштама «Остров» на предмет выявления в нем поэтики «Парижской ноты».

«Парижская нота» как феномен в литературоведении является недостаточно изученной, однако упоминания об этой тенденции эмигрантской поэзии можно найти в некоторых работах отечественных и зарубежных литературоведов. Рамки данного явления, художественные приёмы приверженцев «Парижской ноты», а также основополагающий формообразующий принцип стихов были осмыслены в статьях и монографиях таких научных исследователей как Ирина Каспэ, В. П. Крейд, Г. П. Струве и др.

Немало работ посвящено критике и отзывам на существование "незамеченного поколения" русской литературы, к которому, безусловно, относилась и «Парижская нота», более того, именно с этой школой связано всё представление об эмигрантской поэзии.

«Парижская нота» как течение русской зарубежной литературы возникло в результате массовой эмиграции российских поэтов и писателей из России вследствие революционных событий 1917 года и последовавших за ними массовых репрессий, арестов и ссылок людей, несогласных с большевистской политикой и идеологией.

«Парижская нота» является выражением «потерянного поколения». В силу того, что данное течение не имело официального самоутверждения, хронологические рамки, как и число входящих в него лиц точно не установлено и имеет альтернативные варианты.

Название «Парижской ноты» не несёт в себе прямого значения, а является выражением поэтики и новизны литературного течения.

В поэзии Зарубежья только «Парижская нота» имела все признаки нового литературного направления и, по мнению некоторых ученых, следовала идеям акмеизма. Поэтому одной из отличительных черт этого литературного объединения является освобождение от предметности, стремление обойтись только необходимым, некое «опрощение».

Лейтмотивом поэзии «незамеченного поколения» становится осознание недоступности старого мироощущения, мысль о том, что родина более не является доступной и о том, что к переживаниям и потерям эмигрантов Запад остаётся равнодушным. В основе нового мироощущения, складывающегося в обстановке враждебности и отчуждённости, лежит разлад с окружающей действительностью.

Несмотря на разнообразие жизненных и творческих путей её представителей, «Нота» не повторяла себя, а варьировалась, звучала каждый раз по-разному.

Ключевыми словами «парижской ноты» становятся безнадёжность, пустота, холод, а сама поэзия – концентрированным выражением скептического стоицизма. «Парижская нота» преимущественно выбирала классический стих с небольшой примесью правильных трёхсложных размеров.

Сборник «Остров» был написан Ю.В. Мандельштамом в Париже в 1930 году и является одним из многих сборников, изданных еще при жизни поэта. Ю. В. Мандельштам, являясь одним из поэтов «парижской ноты», представляет в своей поэзии идею отрешенности от старого, оставленного в силу сложившихся обстоятельств мира, идею творчества в ситуации отчуждения и враждебности.

Мотивы безнадёжности, одиночества, холода, пустоты и отдалённости от мира становятся центральными в сборнике «Остров», выражают идеи и чувства автора, возникшие в сложившейся ситуации отдалённости от родины, в контексте эпохи эмиграции и явного одиночества поэтов, стремившихся выразить тоску по утраченному миру.

Литература и источники

1. Адамович Г. Литературные беседы // Звено. 1926. №167.
2. Адамович Г. Одиночество и свобода. — М.: Республика, 1996.
3. Бем А. Поэзия Л. Червинской // Меч. 1938.
4. Варшавский В. Незамеченное поколение. Нью-Йорк, 1956. С. 176
5. Иваск Ю. Поэзия «старой» эмиграции //Русская литература в эмиграции: сборник статей под ред. П. Н. Полторацкого. Питсбург, 1972.
6. Каспэ И. «Искусство отсутствовать: Незамеченное поколение русской литературы» (Новое литературное обозрение, 2005, с. 4)
7. Крейд В. Что такое «Парижская нота» // Слово/Word. 2004. №43 – 44
8. Ходасевич В. (Новые стихи // Возрождение. 1935. 28 марта. С. 3–4.
9. Цетлин М. «О современной эмигрантской поэзии//Современные записки» (1935. № 58. С. 452–260. Цит. по публ.: Критика русского зарубежья: В 2 ч. М., 2002. Ч. 1. С. 228.
10. Литературная энциклопедия Русского Зарубежья 1918-1940, т. 2. М., 2000.

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Налегач Н. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 82-14

ЖЕНСТВЕННОСТЬ КАК ОСОБАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАННЕЙ ЛИРИКИ АННЫ АХМАТВОЙ

Грибкова. Д.Д.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
hgtmiam@mail.ru

Работа посвящена теме женственности в творчестве Анны Ахматовой. Проанализированы источники возникновения образа женщины в поэзии Анны Ахматовой. Акцентировано внимание на синтезе и соединении черт символизма и акмеизма в изображении образа женщины. Особое внимание уделено изменчивости и эволюции лирической героини. Приводятся примеры изображения противоречивых образов. Обнаруживается тенденция демонстрации сильных женских образов. Женственность проявляется как отличительная черта индивидуального стиля поэзии Анны Ахматовой.

Ключевые слова: Женственность, Анна Ахматова, характеристика, образ, символизм, акмеизм.

FEMININITY AS A SPECIAL CHARACTERISTIC OF ANNA AKHMATOVA'S EARLY LYRICS

Gribkova. D. D.

Kemerovo state University

The work is devoted to the theme of femininity in the work of Anna Akhmatova. The sources of the appearance of the image of a woman in the poetry of Anna Akhmatova are analyzed. Attention is focused on the synthesis and combination of the features of symbolism and Acmeism in the image of a woman. Special attention is paid to the variability and evolution of the lyrical heroine. Examples of images of contradictory images are given. There is a tendency to demonstrate strong female images. Femininity is shown as a distinctive feature of the individual style of Anna Akhmatova's poetry.

Keywords: Femininity, Anna Akhmatova, characteristic, image, symbolism, Acmeism.

Проблема женственности была актуальна всегда, но особенно обсуждаемым данный вопрос стал в эпоху Серебряного века. Самыми обсуждаемыми темами для исследователей и философов того времени были раскрытие богатства смыслов женственности. Ими была проанализирована широко обсуждаемая в обществе тема равенства мужчины и женщины, что в свою очередь обращало внимание русских философов на изучение проблемы Женщины и Женственности.

Свою творческую деятельность Анна Ахматова начала как акмеист в ранние годы 20 века. В 19 веке по большей части ведущим направлением был реализм, но на рубеже веков возник новый всплеск поэтического творчества, который повел читателя по иному пути. Этот период связан со стремлением современников к обновлению страны, обновлению литературы и с разнообразными модернистскими течениями, как следствие, появившимися в это время.

Акмеизм был одним из таких течений - это литературная школа, которая в отличие от символизма декларировала конкретно - чувственное восприятие мира, возвращение слову его первоначального, несимволического значения, и описание однозначными и отточенными поэтическими словесными образами.

Символизм – это одно из крупнейших течений в литературе (а также искусстве, живописи, музыке), основными чертами которого являются экспериментаторство, новаторство посредством использования приемов недосказанности, тайны, загадочности, а так же синтеза искусств. Одной из основных философских тем для символистов являлся культ вечной женственности, культ Софии по В.Соловьеву. Главной идеей данной философии была идея Вечной Женственности – и как женственного начала в Божественном, и как метафизического принципа.

Как отмечал В. М. Жирмунский в статье «Преодолевшие символизм», Анна Ахматова смогла переработать идеи символистов, в том числе и идею о вечной женственности, она не отстранилась от символизма, не отрицала его, а смогла усвоить и адаптировать их идеи для своих произведений.

В творчестве Анны Ахматовой особое место отведено теме женственности, так же, как и у символистов, центральным образом зачастую является именно женщина с ее особенной душевной организацией и чутким восприятием мира. Однако поэзия А. Ахматовой отличалась особой, присущей только ей интимностью и демонстрацией женской сущности во всех ее проявлениях. Ее стихи отличались точными деталями, почти осязаемостью обстановки, тонким психологизмом, лаконизмом и сдержанными, но страстными порывами чувств, она демонстрировала, что женственность в поэзии может делать ее уникальной и достойной признания. Анна Ахматова одна из самых выдающихся женщин двадцатого столетия, она оставила след в истории русской литературы как незаурядный поэт, прозаик и переводчик. Ахматова боролась с давней установкой, что "женская поэзия" может быть ограничена исключительно сферой любовной и пейзажной темы, а так же отрицала то, что такая лирика может быть только биографичного характера.

Для рассмотрения женственности как особой характеристики поэтического мира Анны Ахматовой, мы изучим раннюю лирику Анны Ахматовой. Так как именно здесь можно проследить зарождение ее индивидуальной манеры изображения женского образа.

Актуальность данной темы заключена в неугасающем интересе к творчеству Анны Ахматовой и темы женственности в лирике поэтессы.

Творчество Анны Ахматовой всегда вызывало интерес исследователей, но никто не рассматривал женственность в ее произведениях как эстетическую составляющую.

Наша цель: Провести анализ образа женщины и выявить значимость темы женственности в поэзии Анны Ахматовой.

Чтобы достичь этой цели, нужно выполнить следующие задачи:

1. Изучить поэтические тексты ранней лирики Анны Ахматовой
2. Выявить в поэтических текстах черты женственности
3. Доказать, что женственность является особой характеристикой поэтического мира Анны Ахматовой.

Женское начало в произведениях Анны Ахматовой очень сильно: лирическая героиня эмоциональна, но гордо сдержана, героиня противоречива, в стихах часто присутствует надрыв. В произведении «Сжала руки под темной вуалью» из первого сборника Анны Ахматовой «Вечер» мы видим волевою, но в то же время сломленную лирическую героиню. Она сжимает руки под темной вуалью, но говорит, что умрет, если возлюбленный уйдет.

Стихотворение «Я не любви твоей прошу» из сборника «Четки» мы тоже видим изображение личной драмы, сосредоточение на чувствах и переживаниях героини, но в этом стихотворении изображается женщина смирившаяся и гордящаяся своим поэтическим даром, именно в нем она теперь видит свое предназначение. Перед нами оставленная женщина, но сохранившая чувство достоинства, героиня больше не просит возлюбленного не оставлять ее.

Я не любви твоей прошу.

Она теперь в надежном месте.

Поверь, что я твоей невесте

Ревнивых писем не пишу.

Александр Блок в переписке с Анной Ахматовой говорил о том, что чувства, описанные в произведениях поэтессы, всегда гиперболизированы: «...я никогда не перейду через Ваше «вовсе не знала», «у самого моря», «самый нежный, самый кроткий (в «Четках»)), постоянные «совсем» (это вообще не ваше, общеженское, всем женщинам этого не прощу). Эта черта так же является проявлением женственности. Однако в произведениях Анны Ахматовой всегда видна сдержанность и законченность мысли. Чувства не описываются как бесконечный шквал хаотичных эмоций, в стихах только

изображается пережитое. Автор может описывать любовное смятение эмоционально, но сдержано:

Десять лет замираний и криков,
Все свои бессонные ночи
Я вложила в тихое слово
И сказала его - напрасно.
Отошел ты, и стало снова
На душе и пусто и ясно.

Таким образом, эмоциональность и сосредоточенность на чувствах конкретных, приземленных-вот, что отличает поэзию Анны Ахматовой от других поэтов. Чувственная сторона всегда выходит на первый план. Поэтесса акцентирует внимание на переживаниях лирической героини, но описывает их с показной холодностью. И именно такой образ Анна Ахматова видит каноничным. Стихи Анны Ахматовой отличались точными деталями, почти осязаемостью обстановки, тонким психологизмом, лаконизмом и сдержанностью в сочетании с личными переживаниями, которые и демонстрировали женственность ее поэзии. Женственность действительно является неотъемлемой и особенной характеристикой поэзии Анны Ахматовой.

Литература и источники

1. Ахматова А.А. Узнают голос мой. М., 1989 г.
2. Добин Ефим: Поэзия Анны Ахматовой. В преддверии
3. Жирмунский В.М. Творчество Анны Ахматовой. - Л. 1973. - 102 с.
4. История русской литературы XX века (20 - 90-е годы): Основные имена. - М.: Изд-во Моск. Ун-та, 2008. - 576 с.
5. Кихней Л.Г.: Поэзия Анны Ахматовой. Тайны ремесла. Глава 1 Картина мира и образ переживания "Вечер", "Четки»
6. Кузмин М.А. Предисловие к первой книге стихов Ахматовой А.А. «Вечер», СПб., 1912. Т.1. - 235 с.
7. Лекманов О. А.: Концепция "Серебряного века" и акмеизма в записных книжках А. Ахматовой
8. Недоброво Н. В. Анна Ахматова. - М., 2001. Т. 1, - 237 с.

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Налегач Н. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 82-14

СЕМАНТИКА БИБЛЕЙСКОГО МОТИВА В РОМАНЕ-ДЕТЕКТИВЕ

Б. АКУНИНА «АЗАЗЕЛЬ»

Дрожжина Е.Н.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

keitilindi@mail.ru

Основное содержание исследования составляет выявление значения библейского мотива «Азазель» в одноименном романе-детективе современного писателя Б. Акунина. Автором было выявлено несколько ключевых значений слова «Азазель» с опорой на следующие тексты: «Книга Еноха» и «Пятикнижие». Выявленные значения были структурированы и проиллюстрированы цитатами из текста романа. Были сделаны выводы о том, какую роль в тексте романа-детектива играет данный библейский мотив.

Ключевые слова: значение, мотив, сюжет, роман-детектив, Азазель, Акунин.

SEMANTICS OF BIBLICAL MOTIVE IN THE DETECTIVE NOVEL
"AZAZEL" BY B. AKUNIN
Drozhhina E.N.
Kemerovo State University

The main content of the study is to identify the meaning of the biblical motif "Azazel" in the novel of the same name—a detective story by modern writer B. Akunin. The author identified several key meanings of the word "Azazel" based on texts: "the Book of Enoch" and "Pentateuch". The identified meanings were structured and illustrated with quotes from the text of the novel. Conclusions were drawn about the role of this biblical motif in the text of the detective novel.

Key words: meaning, motive, plot, detective novel, Azazel, Akunin.

Обратимся к поэтике названия романа и рассмотрим его смыслы. Для того, чтобы читать и понимать произведение, его коды, необходимо обратиться к значению главного библейского символа, вынесенного в название детектива. Про Азазеля можно узнать из двух источников: «Книги Еноха» и Пятикнижия. «Книга Еноха» не входит в канонический текст Библии, это апокриф, от лица иудейского патриарха Еноха, повествующего о причинах всемирного потопа. 200 ангелов спустились на гору Ермон, прельстились красотой человеческих жен, вошли к ним, и от этого союза родились исполины, приведшие землю к множеству греха. «И Азазел научил людей делать мечи, и ножи, и щиты, и панцири, и научил их видеть, что было позади них, и научил их искусствам: запястьям, и предметам украшения, и употреблению белил и румян, и украшению бровей, и украшению драгоценнейших и превосходнейших камней, и всяких цветных материй и металлов земли».

О том же самом в Пятикнижие говорится так: «Когда люди начали умножаться на земле и родились у них дочери, тогда сыны Божии увидели дочерей человеческих, что они красивы, и брали их себе в жены, какую кто избрал. И сказал Господь [Бог]: не вечно Духу Моему быть пренебрегаемым человеками [сими], потому что они плоть; пусть будут дни их сто двадцать лет. В то время были на земле исполины, особенно же с того времени, как сыны Божии стали входить к дочерям человеческим, и они стали рождать им: это сильные, издревле славные люди. И увидел Господь [Бог], что велико развращение человеков на земле, и что все мысли и помышления сердца их были зло во всякое время» Быт.6:1-5. Исходя из канона, Азазель – падший ангел, один из 200, ослушавшийся Бога, научивший людей воевать, делать оружие, украшать одежду драгоценными камнями, красить лицо. Библейская семантика однозначно обнаруживает недолжное поведение ангела, показавшего людям механизм войны и искусственной красоты. Но при дальнейшей интерпретации Азазель, как и Прометей в древнегреческой мифологии, открывает людям возможности развития, роста, выбор. Это уже можно проследить внутри произведения: на его образном и сюжетном уровне.

Впервые слово «Азазель» произносит убийца в пятой главе романа, когда погибает главный свидетель Ахтырцев и тяжело ранен главный герой, молодой сыщик Эраст Фандорин. «Очень медленно и даже, как показалось Фандорину, изящно чиновник выдернул лезвие, которое уже не блестело, тихо-тихо обернулся к Эрасту Петровичу, и его лицо оказалось совсем близко: светлые глаза с черными точками зрачков, тонкие бескровные губы. Губы шевельнулись и отчетливо произнесли: «Азазель!»» (1. Akunin, Б. Азазель. Роман. Изд-во ЗАХАРОВ. М., 2005 301 с. (далее используется это же издание), с.78). В данном эпизоде значение слова Фандориным понимается, как чье-то имя собственное, но впоследствии станет понятно, что это некий пароль-приговор жертве. В момент смерти жертва должна понимать, что приговорена, что отвечает за некие прегрешения. В одиннадцатой главе подобный эпизод повторится, убийца Франц при попытке расправиться с Фандориным, повторит слово-пароль.

Затем, об Азазеле как падшем ангеле говорит Бриллинг. «Азазель-это падший ангел. У вас по Закону Божьему какая отметка? Про козлов отпущения помните? Так вот, их, если вы не запомнили, было два. Один во искупление грехов предназначался Богу, а второй – Азазелю, чтоб не прогневался. У евреев в «Книге Еноха» Азазель учит людей всякой дряни: мужчин воевать и делать оружие, женщин – красить лицо и вытравливать плод. Одним словом, мятежный демон, дух изгнания» (с.89). В монологе Бриллинга уже можно усмотреть конкретное указание на источник образа, называется Книга Еноха из Библии, и есть возможность сравнить трактовку персонажа и исходного текста. Сразу заметим, что именно Бриллинг как официальный следователь, ведущий дело, усматривает в значении данного образа название тайной антиправительственной организации, ведущей террористическую подрывную деятельность, так как мятежный демон сразу указывает на оппозицию.

Еще одно значение слова «Азазель» дает нам леди Эстер, в детективном сюжете романа – главный преступник. «Азазель- не сатана, мой мальчик. Это великий символ спасителя и просветителя человечества. Господь создал этот мир, создал людей и предоставил их самим себе. Но люди так слабы и так слепы, они превратили божий мир в ад. Человечество давно бы погибло, если б не особые личности, время от времени появляющиеся среди людей. Они не демоны и не боги, я зову их *hero civilisateur*. Благодаря каждому из них человечество делало скачок вперед. Прометей дал нам огонь. Моисей дал нам понятие закона. Христос дал нравственный стержень. Но самый ценный из этих героев- Азазель, научивший человека чувству собственного достоинства. Сказано в Книге Еноха: «Он проникся любовью к людям и открыл им тайны, узнанные на небесах». Он подарил человеку зеркало, чтобы видел человек позади себя- то есть, имел память и понимал свое прошлое. Благодаря Азазелю мужчина может заниматься ремеслами и защищать свой дом. Благодаря Азазелю женщина из плодоносящей безропотной самки превратилась в равноправное человеческое существо, обладающее свободой выбора- быть уродливой или красивой, быть матерью или амазонкой, жить ради семьи или всего человечества. Бог только сдал карты, Азазель же учит, как надо играть, чтобы выиграть. Каждый из моих питомцев «Азазель». Хоть и не все об этом знают» (с.283). С точки зрения леди Эстер – Азазель, не падший ангел, но благо, дарованное людям.

Обратимся к интерпретации исходного смысла персонажами романа. Бриллинг- это воспитанник леди Эстер, но мы узнаем это только ближе к концу романа. Он первый пытается объяснить главному герою смысл символа Азазеля, только его трактовка создана не для того, чтобы прояснить символ, а, наоборот, запутать Фандорина, повести его по ложному следу, так как Бриллинг желает сохранить организацию, которую создала леди Эстер. В своей интерпретации он делает упор на последнем предложении, в котором говорит, что Азазель по сути «мятежный демон, дух изгнания», что несомненно должно наталкивать на мысль о революционных деятелях. Он намеренно смешивает и не разводит даже не два понятия, а три: Демон, Бесы и Азазель. К Демону нас отсылает искаженная цитата из поэмы Лермонтова, произнесенная Бриллигом. И к Бесам нас относит то, что подразумевает сыщик- неких революционеров. Отсылка к Достоевскому и Лермонтову дана не случайно, это способ сохранить главную тайну, повести по ложному следу. Несомненно, Бриллинг все это знал, и рассказывая об этом Эрасту Петровичу, желая свести до минимума возможность того, чтобы он мог подумать о значении Азазеля в том самом смысле, в каком нам его раскрывает леди Эстер в 16 главе романа. Но Бриллинг в сюжет романа не только человек, раскрывающий один из потенциальных смыслов слова-символа, он, по сути, является носителем еще одного его значения. Азазель в контексте романа может быть прочитан не только как символ организации, но и как человек, состоящий в этой организации, как воспитанник эстерната. На это значение могут указывать следующие фрагменты текста:

«Я, Азазель, тоже сирота.- Заговорщически подмигнул и, окончательно распоясовшись, сказал голосом Ивана Францевича (Бриллинга).- И поэтому, мой юный друг, мне придется

вас убить, о чем я искренне сожалею...» (с.129). В этом сне Фандорин предугадывает то, что произойдет: Бриллинг окажется участником организации под руководством англичанки леди Эстер. И в этом сне раскрывается то, что все сироты, все воспитанники эстерната именуют себя азазелями. В реальности, а не во сне героя, это значение появится, когда леди Эстер будет рассказывать Фандорину про суть своей организации: «Каждый из моих питомцев- Азазель, хоть и не все они об этом знают». «Азазель»- мой передовой отряд, который должен исподволь, постепенно прибрать к рукам штурвал управления миром. О, как расцветет наша планета, когда ее возглавят мои Азазели!» (с.284). В этих сносах показано то, что слово-символ Азазель имеет несколько значений: с одной стороны, это элитный отряд, с другой, это члены, участники отряда. Но даже в этих значениях библейский мотив сохраняется, ведь по сути участники элитного отряда- это люди, которые собираются преобразить мир, взяв все в свои руки, обратимся к словам леди Эстер: «Бог только сдал человеку карты, Азазель же учит, как надо играть, чтобы выиграть» и дальше баронесса описывает свой отряд, который приносит пользу всему человечеству: передовые ученые, поэты, художники, политики и многие другие. Леди Эстер в своей интерпретации Азазеля не сводит весь фокус внимания на то, что Азазель это падший ангел, для нее важно то, что он сделал, а не то, кем он являлся. Для неё Азазель это «великий символ спасителя и просветителя человечества». Важно то, чем он помог людям- он дал им выбор, как жить. Вся ее организация строится на том, что ее выпускники, заканчивая учреждение, становятся созидателями, а не праздными прожигателями жизни, как Какорин и Ахтырцев. Она заимствует библейский образ падшего ангела как показатель того, что она может изменить мир. Эту проблему она раскрывает в разговоре с Эрастом Петровичем, говоря про то, что она долго думала, как можно помочь не только сорока деткам, но и другим сиротам, коих очень много. Тогда и рождается сеть эстернатов, которая становится сетью азазеля. (...))

На основе проведенного анализа можно сделать следующие выводы:

1. Библейский мотив «Азазеля» в сюжете романа может иметь несколько интерпретаций, это зависит, во-первых, от того, кто из персонажей берется их осмысливать (Бриллинг специально не разводит понятия демон, бесы и Азазель, для того чтобы повести Фандорина по ложному следу, а именно в сторону революционеров; леди Эстер дает другую трактовку этого символа, связывает его с великой миссией просвещения и спасения человечества); во-вторых, это зависит от того, кто является носителем этого слова (люди, закончившие эстернат и продвигающие «спасительную миссию»);

2. Библейские мотив «Азазеля» выполняет не только образную функцию (является носителем некоторого смысла), но и сюжетобразующую роль в романе-детективе, а именно является ключевым моментом в создании детективной интриги.

Литература и источники:

1. Акунин, Б. Азазель. Роман. Изд-во ЗАХАРОВ. М., 2005 301 с
2. Георгинова, Н. Детективный жанр: причины популярности. Электронный ресурс: <https://cyberleninka.ru/article/n/detektivnyy-zhanr-prichiny-populyarnosti>
3. Казачкова, А. В. Жанровая стратегия детективных романов Бориса Акунина 1990-начало 2000-х гг.. Электронный ресурс: <http://cheloveknauka.com/zhanrovaya-strategiya-detektivnyh-romanov-borisa-akunina-1990-nachala-2000-h-gg>
4. Калганова, В. Е. Интертекстуальность как текстообразующий механизм романа Бориса Акунина «Азазель». Электронный ресурс: <https://cyberleninka.ru/article/n/intertekstualnost-kak-tekstoobrazuyushchiy-mehanizm-romana-borisa-akunina-azazel>
5. Мифы народов мира. В 2-х томах. Словарь. Электронный ресурс: <http://cult-lib.ru/doc/dictionary/myths-of-the-world/index.htm>
6. Надозирная, Т. В. Специфика функционирования интертекста в романе Б. Акунина «Азазель». Электронный ресурс: http://vuzlib.com.ua/articles/book/30087Specifika_funkcionirovanija_/1.html

7. Пономарёва, В. А. Жанровое своеобразие произведений Б. Акунина. Электронный ресурс: <https://www.dissercat.com/content/zhanrovое-svoeobrazie-proizvedenii-b-akunina>
8. Силантьев, И. В. Поэтика мотива. Отв. ред. Е. К. Ромодановская. М.: Языки славянской культуры, 2004. 296 с. (Язык. Семиотика. Культура).
9. Снигирева, Т. А. Борис Акунин. Любовь к истории»: между книгой и блогом. Электронный ресурс: <https://cyberleninka.ru/article/n/boris-akunin-lyubov-k-istorii-mezhdu-knigoy-i-blogom>

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Налегач Н. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 82

ПОЭТИКА НАЗВАНИЯ КНИГИ З.ПРИЛЕПИНА

Корепанова Н.В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

korepanova.nina.98@bk.ru

З. Прилепин – писатель, публицист, активный общественный деятель, политик, выпустил в 2007 году сборник рассказов «Грех». О котором говорит, что это «судьба в нескольких рассказах». Важным моментом данного сборника является вопрос о его названии. Все новеллы в книге объединены общим названием, которое мы можем встретить среди уже имеющихся. Одна из новелл носит название самой книги - «Грех».

Ключевые слова: Захар Прилепин, поэтика, сборник рассказов.

POETICS TITLE of the BOOK Z. PRILEPIN «SIN»

Korepanova N. V.

Kemerovo State University

Z. Prilepin-writer, publicist, active public figure, politician, published in 2007 a collection of short stories "Sin". Which says that it is «the fate of a few stories». An important point of this collection is the question of its name. All the novels in the book are United by a common name, which we can find among the existing ones. One of the short stories is called the book itself – «Sin».

Keywords: Zakhar Prilepin, poetics, collection of short stories.

З. Прилепин как писатель, публицист, активный общественный деятель, политик, музыкант, актер и телеведущий является одной из наиболее заметных фигур в современном социокультурном пространстве. В 2007 году он выпустил сборник рассказов «Грех», о котором сам автор говорит, что «это одна судьба в нескольких рассказах». Сборник получил большое количество положительных отзывов среди обычных читателей и критиков. О профессиональном признании З.Прилепина свидетельствует ряд престижных литературных премий, победителем и лауреатом которых он становился разные годы. Например, «Национальный бестселлер» (2008), «Супер Нацбест» (2011), а также премией имени Ю. Казакова в номинации «Лучший рассказ» (2007).

Рассказы были опубликованы в разные периоды его творчества с 2004 по 2007 год. А уже в 2007 году вышел полный сборник рассказов «Грех» под издательством «Вагриус». Также стоит отметить тот факт, что сборник покоряет не только наших отечественных читателей, но и был переведен на разные языки мира и опубликован в других странах.

Примечательной особенностью является сама структура книги. Главы книги расположены не в хронологической последовательности, а следуют авторской логике.

Сборник рассказов Захара Прилепина «Грех» включает в себя десять разноплановых новелл. Стоит отметить, что сам автор определяет свои рассказы, как новеллы. Помимо этого, в сборник входит и глава со стихотворениями. Глава, где раскрывается собственное «я» автора в стихотворениях. Это стихи автора, а не героя. Захар не является рассказчиком, он творец, сочинитель, автор-составитель сборника публикует эти стихи как надтекстовый элемент, именно как отношения между Печориным и офицером, который использует его журнал. Это как его внутренний дневник, как у Печорина, и дистанция между рассказчиком-участником события и автором большая. Автор использует перволичностную форму рассказывания, чтобы показать внутренний мир «героя нашего времени», героя нового времени 2000-х. И такая вставка со стихами – это попытка представить собственное «я» Захара, его творчество, его как творца.

Важным моментом данного сборника является вопрос о его названии. Все новеллы в книге объединены общим заголовком, которое мы можем встретить среди уже имеющихся. Одна из новелл называется- «Грех». Именно она является центральной, так как именно в ней раскрывается проблематика всего произведения.

Само понятие «грех» в библейской энциклопедии Брокгауза означает - «Данные лингвистического исследования. В евр. яз. существует целый ряд слов, которые переводятся как Грех или грешить:

- 1) хата и производные слова указывают на движение в неверном направлении или «упущение» истинной цели;
- 2) паша (глагол) и образованное от него сущ. паша выражает возмущение, протест;
- 3) ава, прежде всего, означает «кривить», «искривлять». Производное от него сущ. авон следует понимать как «кривду», «уклонение», «преступление»;
- 4) шага и сущ. шегага выражают присущее человеку блуждание, «заблуждение».

То есть для того, чтобы отнести поведение человека к такому явлению как грех – необходимо соотнести его поступок с Божьей волей. Грех само это определение уже несет в себе коннотацию: отклонение от норм и правил, прописанных Божьей волей, проявленной в заповедях и предписаниях или же изначально вложенной в сознание людей в виде совести.

Мотив греха и греховности давно нашел свое отражение в мировой литературе и в творчестве многих великих писателей, поэтов, драматургов разных веков. Русские писатели в своих произведениях неоднократно идентифицировали понятие «грех» с понятием «преступление» и выявляли наказание с христианской точки зрения. Но не каждый грех – есть преступление с точки зрения мирских властей, соответственно сразу можно сделать вывод о том, что «преступление» и «грех» — это не синонимичные понятия.

Автор целенаправленно выбирает именно такое название для книги и делает акцент на грешной стороне человеческой жизни. Демонстрирует греховные начала, безнравственное поведение героев и противопоставляет этому жизнь «правильную, праведную», где соблюдены нормы поведения, моральные, нравственные принципы, установленные Божьей волей. Автор говорит, что любой человек, в том числе и он сам, в той или иной степени грешен, иногда становясь таким поневоле (что мы можем наблюдать в новелле «Белый квадрат», где эта участь достается Захару-ребенку.)

Прежде всего, проблема греха и греховности неразрывно связана с образом главного героя – Захара (Захарки). Автор не идеализирует героя, а изображает его во всем многообразии положительных и отрицательных качеств, благодаря чему книга носит реалистичный характер. То есть название произведения («Грех») неразрывно связано с самим героем, а точнее его поступками, которые носят неоднозначный характер, где грех является неизменным спутником героя Захара

Герой книги «Грех» не безгрешен, который с одной стороны, противопоставит греху и борется с ним, но с другой – принимает и делает его неизменным спутником. От рассказа к рассказу можно заметить, что тьма становится на страницах книги все гуще. Если в самом начале герой в рассказе «Какой случится день недели» находится в состоянии полном любви и нежности к миру, то в конце книги этот же герой отказывается от любых

проявлений нежности, душевности даже для себя самого. И чем ближе финал- тем меньше света и любви, герой утрачивает свою духовную силу. Но в последней новелле, которая является драматической развязкой произведения. Герой на войне, который сознательно выбрал этот путь. И казалось бы, война – место, где человечность сохранить практически невозможно, мы видим, что герой не теряет свою душевную подвижность, не уподобляется врагам, а противостоит ужасам окружающей обстановки. Гибель Сержанта – прием, с помощью которого автор оставляет возможность перерождения героя. Смерть — это не только наказание за совершенные при жизни грехи, но и о его искуплении.

В сборнике чётко прослеживаются мотив «Задонщины», что человек, отдавший жизнь свою за отечество, за други своя, тем самым искупает эти грехи. Есть два пути искупления: один путь искупления — это монашеское служение, а второй – отдать свою жизнь за други своя. Возникает дилемма: что грешный мир, погрязший во всех только возможных грехах, в этом полном, казалось бы, торжестве греха, где милосердие и любовь по капли истекали из героя, и чем дальше герой шел, тем меньше в нем оставалось этих светлых чувств. И даже кажется, что герой сам превращается в циника, который перестает верить в эти добрые чувства. Но резкий поворот сюжета - свет в финале, который говорит нам о том, что произошло искупление, и герой переосмыслил свои поступки, свою жизнь в целом.

Литература и источники

1. Ротай Е.М «Новый реализм в современной русской прозе: художественное мировоззрение Р. Сенчина, З. Прилеина, С. Шаргунова» [Место защиты: Кубан. гос. ун-т]. - Краснодар, 2013. - 178 с.: ил.

2. Прилепин, З. Грех и другие рассказы / З. Прилепин. — М.: АСТ: Астрель, 2012. — 420, [3] с

3. Серова А. А. «Новый реализм как художественное течение в русской литературе 21века» [Место защиты: Нижегород. гос. ун-т им. Н.И. Лобачевского]. - Нижний Новгород, 2015. - 21 с

4. Славина, А. Б. «Грех» Захара Прилепина: Семантика заголовка в контексте образа главного героя / А. Б. Славина // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. — 2012. — Т. 66. № 2. — С. 140—143.

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Налегач Н. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 82-1

РЕАЛИЗАЦИЯ ВРУБЕЛЕВСКОГО ЭКФРАСИСА В ТВОРЧЕСТВЕ АЛЕКСАНДРА БЛОКА

Крупина К.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

shikasuzo@gmail.com

Александр Блок, крупнейший поэт-символист, в своем творчестве использовал синтез искусств, который существенно повлиял на обновление поэтики. Одним из проявлений установки на синтез искусств и является экфрасис. В художественном восприятии Блок актуализировал Врубелевские мотивы, это можно понять как из переписок Блока с Белым и Соловьевым, так и из статей Блока и его собственных примечаний к стихотворениям.

Ключевые слова: экфрасис, Александр Блок, Михаил Врубель

IMPLEMENTATION OF THE VRUBELIAN ECFRASIS IN THE WORKS OF ALEXANDER BLOK

Alexander Blok, the largest Symbolist poet, used a synthesis of arts in his work, which significantly influenced the renewal of poetics. One of the manifestations of the orientation toward the synthesis of arts is ecfraasis. In artistic perception, Blok actualized Vrubel motives, this can be understood both from correspondence of the Bloc with Bely and Solovyov, as well as from Blok's articles and his own notes to poems.

Keywords: ecfraasis, Alexander Blok, Mikhail Vrubel

В сборник «Страшный мир» вошли два поэтических текста с одинаковым названием — «Демон». Первое стихотворение было написано в 1910 г., сразу после похорон Врубеля, второе появилось летом 1916 г. В обоих произведениях встречаются многочисленные аллюзии на строки поэмы Лермонтова и обнаруживаются культурные связи с полотнами Врубеля.

И Лермонтов, и Врубель с сочувствием относились к образу своего героя. У Лермонтова Демон не способен преодолеть злобу, он циничен, жесток, непримирим. Он презирает мир и погружается в духовное небытие, но плененный красотой девы, он испытывает стремление вернуться к прежней жизни, обрести прежнюю чистоту духа. У Врубеля Демон – герой, страдающий от одиночества, скорбный, но на этом фоне – всё-таки властный и величавый.

"Он сам был Демон, падший прекрасный ангел, для которого мир был бесконечной радостью и бесконечным мучением..." пишет Блок о Врубеле.

«Демон» Блока 1910 года является ярким примером экфрасиса именно на Демонов Врубеля. Одинокий, страдающий Демон будто сошел с полотен Врубеля:

*«На дымно-лиловые горы
Принес я на луч и на звук
Усталые губы и взоры
И плети изломанных рук.
И в горном закатном пожаре
В разливах синеющих крыл,
С тобою, с мечтой о Тамаре,
Я, горный, навеки без сил»*

Стихотворение написано в лилово-синей гамме, что характерно для полотен Врубеля. Искусствоведы говорят о позе Демона сидящего так: задумчивый, печальный, усталый - это же и изображается в поэтической картине Блока. Внешний вид Демона так же схож у обоих авторов: «усталые губы и взоры» Блоковского Демона четко видны у Демона Врубеля. К тому же, в позе Демона скрыта интересная перекликающаяся деталь – руки Демона. На полотне они изображены неестественно сгибающимися будто в нескольких местах, с четко очерченными мышцами, что Блок описывает как «плети изломанных рук»

Этот Демон показан усталым, в нем нет той мощи, которая есть в поэме Лермонтова.

В «Демоне» 1916 года, напротив, просматривается экфрасис поэмы Лермонтова:

*«Иди, иди за мной — покорной
И верною моей рабой.
Я на сверкнувший гребень горный
Взлечу уверенно с тобой.
Я пронесу тебя над бездной,
Её бездонностью дразня.
Твой будет ужас бесполезный —
Лишь вдохновеньем для меня»*

Сходство с демоном Лермонтова очевидно: самоуверенный и безжалостный, готовый на все ради своего развлечения. Блок будто бы своими словами описал соблазнение Тамары, приведшее к ее гибели.

Таким образом мы выяснили, что А. Блок сделал не просто отсылку к творчеству М. Врубеля, но и провел параллель между его картиной и поэмой М. Лермонтова, придавая лирическому образу своего Демона дополнительную многогранность и глубину.

Вывод:

Исследование, проведенное в данной работе, показало, что в лирике Блока присутствует Врубелевский экфрасис. Блок, как яркий представитель символизма, активно использовал этот прием, отсылая читателя не только к живописи эпохи русского модерна, но и к литературе Лермонтова, обыгрывая в своей лирике новые сюжеты с отсылкой на работы творцов-предшественников, тем самым, раскрывая новые смыслы.

С помощью экфрасиса Блок проводит читателя через лабиринты сюжетов, выстраивая все новые и новые картины, отсылающие к живописи и литературе авторов, которые являлись для Блока несомненными эталонами художественности и концентрацией творческой энергии.

Литература и источники

1. Альфонсов В.Н. Слова и краски, М.: Издательство «Советский писатель», 1966 — 244 с.
2. Блок, А. (1960) Собр. соч. : в 8 т. М. ; Л. : Художественная литература.
3. Максимов Д.Е. Поэзия Лермонтова / Отв. ред. Г. М. Фридендер. — М.; Л.: Наука, 1964 — 266 с.
4. Машбиц-Веров И. Русский символизм и путь Александра Блока, Куйбышев. Куйбышевское книжное издательство. 1969 — 350 с.
5. Минц З.Г. Александр Блок и русские писатели , СПб.: Искусство — СПб, 2000. — 784 с.
6. Ходанен Л. А. Поэмы М. Ю. Лермонтова: Поэтика и фольклорно-классические традиции: Учеб. пособие / Науч. ред. Т. Г. Черняева; Кемеров. гос. ун-т. — Кемерово, 1990. — 91 с.

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Налегач Н. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 82.161.1

ОБРАЗЫ СВЕТА И ТЬМЫ В РЕМАРКАХ ПЬЕСЫ М.ГОРЬКОГО «НА ДНЕ»

Лузина А.С.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

Linaluzina98@gmail.com

Данная работа посвящена выявлению и определению значения образов света и тьмы в ремарках пьесы Максима Горького «На дне». Автором проведен анализ пьесы. Он раскрывает значение образов света и тьмы в контексте всего произведения. При анализе выявлено, что данными образами пронизано все произведение, в том числе и ремарки. При противопоставлении выявлено, что образы тьмы преобладают над образами света. Благодаря этому преобладанию создается нужный колорит всего произведения. Ремарки позволяют читателю мысленно войти, проникнуть в пространство и время, которое описываются в пьесе. Это, в свою очередь, способствует максимальному приближению к раскрытию тем, которые пытался затронуть М. Горький в своем произведении.

Ключевые слова: пьеса, «На дне», М. Горький, анализ, ремарки, действие, inferнальное, образ света, образ тьмы.

IMAGES OF LIGHT AND DARKNESS IN THE REMARKS OF M. GORKY'S PLAY « THE LOWER DEPTHS »

Luzina A.

Kemerovo state University

This work is devoted to identifying and determining the meaning of images of light and darkness in the remarks of Maxim Gorky's play "at the bottom". The author analyzes the play. It reveals the meaning of images of light and darkness in the context of the entire work. The analysis revealed that these images permeate the entire work, including the remarks. In contrast, it was found that images of darkness predominate over images of light. Thanks to this predominance, the desired color of the entire work is created. Remarks allow the reader to enter and penetrate the space and time described in the play. This, in turn, contributes to the maximum approach to the disclosure of those that M. Gorky tried to touch in his creation.

Keywords: play, «The Lower Depths», M. Gorky, analysis, remarks, action, infernal, image of light, image of darkness.

Настоящая работа представляет собой попытку выявления и исследования символического значения образов света и тьмы в пьесе Максима Горького «На дне».

В некоторых литературоведческих работах косвенно затрагивается проблематика образов тьмы и света. Так, в своей работе Логинова М.М. рассматривает образы «жизни» и «смерти» на примерах русской классики, пьесы Горького. Оппозиция жизнь / смерть = свет / мрак.

В. А. Ханов в работе «Символика inferнального в создании образа «дна» в драме М. Горького «На дне»». Рассматривал образы inferнального (тьмы), но выявление образов света в его задачи не входили. Таким образом, оппозиция свет / мрак в художественном мире пьесы Горького «На дне» не является изученной.

Изучая образы света и тьмы в пьесе М. Горького «На дне», мы обращаем внимание на прямые указания таких образов в тексте: утро в первом действии и образ ночи в четвертом, свет из окна или от ламп.

Объектом исследования работы являются ремарки в тексте пьесы М. Горького «На дне». Предметом изучения – образы света и тьмы в художественном мире произведения. Задачей работы является рассмотреть образы света и тьмы в ремарках.

Многие интересующие нас образы сосредоточены в ремарках. Так, пьеса начинается с уточнения того, что действия разворачиваются в ночлежке, в подвале, похожем на пещеру: «пещера трактуется как некоторое внутреннее и укрытое пространство, что противостоит внешнему миру, как невидимое видимому, темное светлому.<...>тесно связано со смертью, она укрыта, незаметна для глаз, нелегко выпускает и еще труднее выпускает» [Журчева О. В., 2007]. Это место не приспособлено для жизни. Ночлежка похожа на яму и является, прежде всего, символом бездомности, неприютности, символом ненормальной жизни. Помещение сразу настраивает зрителя на нужную атмосферу, для полного погружения в произведение. Сразу становится понятно, что речь будет идти не о высшем свете, а о потерянных людях, которые не могут или не хотят вырваться из неблагоприятной жизни.

Несмотря на то, что подвал — это тёмное помещение, в его пространство всё же проникает свет. Он является образом надежды, силы духа и воли.

Не зря говорится и о том, что действие начинается утром весной. Эти два символа обозначают пробуждение, начало чего-то нового, светлого. Утром становится светло, а весной заметно начинает увеличиваться световой день. Весной всё оживает, пробуждается и восстанавливается, мир выбирается из царства тьмы и погружается в царство света, поэтому это время года тоже можно считать символом надежды. В произведении

описывается не тот момент жизни, который повторяется изо дня в день, а тот, в котором что-то надламывается, меняется, начинается новое, после чего жизнь каждого изменится и не будет всё по-прежнему, начнётся что-то новое, чего не было раньше. В пьесе Горького такой момент приходит вместе с Лукой.

Важным является и описание потолка. Тяжелые своды загромаждают место, пространство ночлежки. Своды закопченные, то есть черные, темные. Такое описание пространства, напоминает тюрьму из песни, которую поют босяки. Так, тяжелые, закопченные своды делают ночлежку похожей на тюрьму, где царит темнота.

Рядом с комнатой Пепла находятся нары Бубнова. Они не одни в помещении. «Везде по стенам нары». Акцент на нарах сделан не случайно. Во-первых, нары весьма неудобны для сна, поэтому в образ ночлежки-пещеры они вписываются весьма прочно, во-вторых, нары распространены в местах лишения свободы (тюрьма = темница = тьма), где люди находятся и расплачиваются за свои грехи, как и герои пьесы.

Печь в русской культуре считается священным центром дома. Образ печи можно понимать по-разному. С одной стороны, от печи идёт тепло, которое создаёт уют. Она обеспечивает человека самым необходимым – теплом и едой. В этом случае тепло синонимично свету. С другой стороны, образ носит inferнальный, тёмный характер. Так, печь выступает в роли атрибута ада – котла. В пьесе печь занимает одно из главных мест, так как большинство действий, носящих inferнальный характер, происходит именно рядом с ней, например, Барон и Сатин обыгрывают Асана, а он, в свою очередь, перестаёт тянуться к нормальной жизни и становится полноценным жителем дна.

Во втором действии обстановка не меняется, всё остаётся по-прежнему, только делается большой акцент на свете, который уже идёт не из окна, а от двух ламп. Света становится меньше, так как он проникает в пространство не из окна и не является естественным. Обстановка становится мрачней. Надежды на спасение, новую жизнь становится меньше. Атмосфера в ночлежке накаляется, становится тяжелей.

В третьем действии события разворачиваются на пустыре, за которым давно перестали ухаживать: на нём много бурьяна и разного хлама. Образы ночлежки и пустыря связаны друг с другом как по цветовой гамме: серые тона, грязные оттенки, так и обустройству. Пустырь является своего рода продолжением ночлежки, не зря окно подвала выходит именно на пустырь, а образ пустыря носит семантику пустоты.

Пустырь – это незастроенное, запущенное место, непригодное для жилья, но герои там обитают, сидят на брёвнах и ведут свои разговоры. На пустыре жизнь протекает так же, как и в ночлежке. Поэтому автор и поставил слово *пустырь* в кавычки, указывая, что запущенное место, куда нормальные люди не будут приходить, для босяков является иным, пригодным для использования. Образы ночлежки и пустыря связаны друг с другом как по цветовой гамме: серые тона, грязные оттенки, так и по обустройству. Пустырь является своего рода продолжением ночлежки, не зря окно подвала выходит именно на пустырь.

Брандмауэр закрывает небо, такой образ снова создаёт образ мрака. Особенностью ремарки третьего действия является акцент на сером, чёрном и красном цветах. Серый приравнивается к грязному, чёрному цвету. Красный цвет имеет амбивалентный характер.

Сам М. Горький в поэме «О сером» говорил, что красный и черный встают в оппозицию, а серый как бы мечется между ними.

А. Н. Афанасьев писал: «Одно и то же явление природы, при разных условиях могло быть и благотворно и враждебно для человека, и смотря по этому, он придавал ему тот или другой характер» [Афанасьев А. Н., 1865]. Так, красный, с одной стороны, считается символом всего положительного: красоты, ума, доброты, жизни. В устном народном творчестве молодых людей называют красна девица, такие герои, как правило, являются положительными, красивыми, добрыми персонажами. В таком случае идёт противопоставление красного и чёрного, как светлого и тёмного. В пьесе красным цветом обладает стена и солнце. Стена – единственная преграда к нормальной жизни, а солнце – это свет, образ надежды. У света есть направление – он отражается на стене, усиливая и так

уже существующий красный цвет. Свет как ориентир, который указывает на черту между «дном» и нормальным обществом.

Как и в первом действии, в третьем есть мотив захламлённости. «Пустырь» — засорённое разным хламом и заросшее бурьяном дворовое место ... серая, покрытая остатками штукатурки стена того дома, в котором помещается ночлежка Костылёвых. ... У этой стены лежат розвальни кверху полозьями и обрубок бревна, длиною аршина в четыре. Направо у стены — куча старых досок, брусьев». Как и в самой ночлежке, всё это создаёт образ грязного, непригодного для жизни «дна».

В четвёртом акте одна лампа стоит посреди стола. Ночлежка погружается во мрак, также автор указывает, что на дворе ночь – тёмное время суток и света становится совсем мало.

В пьесе и правда случается беда –удавился актер. Он не просто от ужасной жизни решает покончить с собой, он потерял надежду, которую в него заронил Лука. Истина = свобода = свет. В образе актёра победила тьма.

В четвертом действии, когда Татарин молится, Актер слезает с нар и говорит: «Князь, помолись за меня». На что Татарин отвечает: «Сам молись...». Такую реакцию можно понять как грубость и бесчувствие ночлежников или связать с важным для пьесы обстоятельством, что каждый человек должен сам верить. Свет молитвы не разделяется между Татаринцом и Актёром, а меркнет в отказе Татарина и в бессилии Актёра предпринять что-то самому.

В ремарках, данных в начале каждого действия, даётся большое количество образов света и тьмы. В описании пространства, благодаря образам тьмы, ночлежка становится похожа на тюрьму, а его жители – на заключенных.

Литература и источники

1. Анненский И. Драма на дне // Анненский И. Избр. произведения. Л.: Худож. литература, 1988.
2. Горький М. Том 5. Повести, рассказы, очерки, стихи 1900-1906, Москва, Гослитиздат, 1949– с.224
3. Долженков П. Н. Существует только человек. О пьесе А.М.Горького «На дне»//Литература в школе.- 1990. - № 5.
4. Журчева О. В.Формы выражения авторского сознания в русской драме XX века. Самара, 2007.
5. Ханов В. А. Драма М. Горького "На дне": Идейные истоки, проблемы Пути // Литература в школе, 1996, № 4.
6. Ханов В. А. Символика inferнального в создании образа «Дна» в драме М. Горького «На дне» // Известия ВУЗов. Поволжский регион. Гуманитарные науки. 2007. №3.

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Налегач Н. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 82-31

ФИГУРА ЛАКЕЯ В ПРОИЗВЕДЕНИИ А.П.ЧЕХОВА «СТЕПЬ» И ЕЁ СМЫСЛ

Лазуткина А.В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

lazutkina.alina-98@mail.ru

Работа посвящена выявлению образа лакея в произведении А.П.Чехова «Степь» и определению его функции. Автором проведен анализ повести и обозначены герои лакеи. В процессе анализа выяснено, что лакей является неоднозначным героем. В его художественной функции кроется мысль, которая способствует иному восприятию всего произведения.

Ключевые слова: литература, русская литература, Чехов, лакейство, лакей, художественная функция.

THE FIGURE OF A FOOTMAN IN A. P. CHEKHOV'S "STEPPE" AND ITS MEANING

Lazutkina A. V.

Kemerovo state University

The Work is devoted to identifying the image of a footman in the work of A. P. Chekhov "Steppe" and determining its function. The author analyzes the story and identifies the characters of the lackeys. In the process of analysis, it is found that the lackey is an ambiguous hero. In its artistic function lies the thought that contributes to a different perception of the entire work.

Key words: literature, Russian literature, Chekhov, lackey, lackey, artistic function.

Образ лакея в работах ученых о творчестве А.П. Чехова не был изучен, так как больше внимание было уделено другим аспектам и персонажам творчества автора.

Несмотря на обширную работу, проведенную над освещением творчества А.П. Чехова образ лакея в его произведениях остается не изученным. Для того чтобы понять зачем такой тип персонажа существует в творчестве писателя, необходимо разобраться для чего он вводится автором в текст и какие функции выполняет.

Новизна выбранной темы заключается в том, что наряду с такими типами героев Чеховской прозы как человек в футляре, чиновник есть еще и типажи другого рода. Одним из таких типов является герой-лакей. Но герой-лакей и его функция не были изучены. Интересно, что такой герой встречается как в ранних произведениях, так и в позднем творчестве. Поэтому можно с уверенностью сказать о том, что такой тип героя вызывает интерес у автора.

Актуальность темы работы состоит в том, что изучение фигуры лакея позволит расширить знания и понимание произведения в котором встречается фигура лакея.

Цель работы: Выявить образ лакея и определить его художественную функцию.

Задачи

работы:

1. Ознакомиться с корпусом произведений А.П.Чехова на предмет обнаружения в них образа лакея.
2. Изучить функционирование образа лакея в отдельном произведении А.П. Чехова.
3. Выявить сходства и различия в функционировании фигур лакеев в произведении «Сепь».

Это произведение интересно в плоскости нашей темы тем, что один из героев называет лакеями всех людей.

По сюжету повести дядя Иван Иванович везёт своего малолетнего племянника Егорушку учиться в гимназию. Их сопровождает практичный священник, настоятель местной церкви отец Христофор. По дороге они встречаются много новых людей.

В третьей главе мы знакомимся с хозяином постоялого двора Мойсей Мойсеичем. Он чересчур услужливо встречает гостей, всем своим видом показывает, что они самые желанные гости. Он был так взволнован приездом гостей, что всплёскивал руками и стонал. Хозяин рад постояльцам и его стоны как раз являются избыточным и неадекватным выражением его чисто материальной заинтересованности. Соображения выгоды рядятся здесь в маску радости гостеприимства.

От волнения его голос становился тонким и прерывистым. Его жесты и мимика слишком наигранны и утрированы. От прислуживания его спина изгибалась дугой, а лицо искривляла неискренняя улыбка.

Интересное выражение «мучительно сладко». Оно ещё раз встретится в повести в описании Моисея Моисейча (с мучительно-сладкой улыбкой). Можно сделать вывод о том, что появление гостей в его доме и радостно, и мучительно одновременно. «Сладко» от того, что гости заплатят ему какие-то деньги за гостеприимство, а «мучительно» от того, что

Моисею Моисеичу придётся быть неестественно услужливым и вежливым перед гостями. На это указывают и его эмоции, которые были похожи то ли на радость, то ли на ужас.

Если обратить внимание на описание самого двора, то становится понятно, что Мойсей Моисеич и его семья живут бедно. Крыша дома проржавела, а вокруг самого дома не было ничего кроме жалкого вишнёвого садика.

Внутри дома тоже мрачно и темно и стоит обратить внимание, что автор даёт понять: комната выглядит так бедно и серо не из-за материального состояния. Проблема кроется глубже. Темнота – общая смысловая беспросветность жизни как её бесперспективность.

Неспроста так подробно описаны стулья в комнате, которые автор называет «каким-то жалким подобием мебели». Спинки этих стульев неестественно загнуты назад. Можно провести аналогию между спинками стульев и спиной хозяина постоянного двора («спина согнулась в дугу», «продолжал изгибаться»). И сам Мойсей Моисеич сравнивается с элементом мебели – вешалкой: «сюртук болтался на его узких плечах, как на вешалке».

Всё это говорит о том, что хозяин двора и его семья живут очень бедно и от радушия и гостеприимства Мойсей Моисеича зависит его финансовое положение и дела его двора, поэтому он так старательно изображает радость и заботу о гостях.

Его услужливое поведение как лакейское опознаётся читателем повести на фоне его брата Соломона. По профессиональной принадлежности именно Соломон является лакеем и служит в доме. Но этой роли как человек он не соответствует. С гостями Соломон ведёт себя холодно и безразлично, молчит и не здоровается. Он с насмешкой и презрением смотрит на всех: «он насмешливо глядел куда-то в сторону и по-прежнему странно улыбался. Теперь при свете лампочки можно было разглядеть его улыбку; она была очень сложной и выражала много чувств, но преобладающим в ней было одно – явное презрение». Само появление этого персонажа поднимает тему лакейства не тем, что он сам лакей, а тем, что он об этом говорит, что эта унижительная зависимость человека от денег его занимает или даже мучает.

Не случайно Чехов даёт такое имя своему герою. Соломон – третий еврейский царь, персонаж множества легенд, в которых выступает как мудрейший из людей и справедливый судья. Его именем названа книга Премудрости Соломона, входящая в состав Ветхого Завета. Эта связь имени персонажа с библейским героем подчёркивается тем, что о. Христофор называет Соломона премудрым.

Соломон – мудрец, который видит истину. А истина чеховского персонажа открывается перед читателем в его философии, согласно которой главное зло в мире – деньги, заставляющие менее богатого лакейски пресмыкаться и заискивать перед более богатым. Эту философию Соломон, сам сжёгший в печке все деньги, оставленные ему в наследство отцом, в лицо излагает всем, кого подозревает в таком заискивании. Он презирает своего брата, называя его «лакеем у проезжающих», говорит, что таким же «лакеем», только у Варламова, является Кузьмичёв.

Здесь постепенно смысл слова «лакей» меняется: от значения лакея как должности слуги семантика слова расширяется до значения зависимости от денег, пресмыкательством перед богатством. В этом раскрывается иерархическая система – положение, в котором один человек находится над другим в различных отношениях: имущественном, социальном или моральном.

При этом важно заметить интонацию презрения, которая показывает, что Соломон сам исповедует эти «вертикальные» отношения между людьми («Вы видите: я лакей»), хотя и не хочет служить деньгам («а я свои деньги спалил в печке»). Соломон, отказываясь от денег, тем самым как будто завладевает правом презирать окружающих. Но освободившись от зависимости денег, Соломон остаётся на свой лад лакеем. Он не скрывает своего презрения не только к «вертикальной» системе, но и к людям, которые подчинены этой системе. Выражает он это в насмешливых взглядах. Однако презрение – это тоже выражение «вертикальных» отношений. Презрение – отношение к человеку «сверху вниз», аналогичное лакейскому отношению «снизу вверх». В этом Соломон похож на Яшу из

пьесы «Вишневый сад». И в одном, и в другом случаях все люди меряются на один аршин, подводятся под уравнивающий принцип. Но повесть «Степь» открывает сложность человека, несводимость его к какой-то понятной формуле. В этом можно убедиться, например, по портретам персонажей в самом начале. Когда говорится, что купец «больше» похож на чиновника, то тем самым его социальный статус немного расшатывается. Когда о священнике говорится «старичок», происходит то же самое. Мальчик, который едет поступать в гимназию, находится как будто на границе детства и отрочества. И все трое – в пути, в открытом пространстве внезапных встреч, неожиданных происшествий.

Примечательно, что Соломон отождествляет лакея и человека. По его мнению, человеком можно назвать только того, кто не подвержен влиянию денег и власти: «Мне не нужны ни деньги, ни земля, ни овцы, и не нужно, чтоб меня боялись и снимали шапки, когда я еду. Значит, я умней вашего Варламова и больше похож на человека!»

На первый взгляд, тема лакейства никак не связана с названием повести. Но оно обозначает ту сферу жизни, в которой само понятие лакейства просто невозможно. Лакей – это сугубо социальное измерение человека, а степь, по которой путешествуют герои, – это внесоциальное, природное пространство. Но именно на фоне этого природного пространства разворачиваются действия. Можно предположить, что степь – символ жизни. Степь – равнина, характерной особенностью которой является полное отсутствие деревьев (ограничений). И автор хочет показать возможную широту, полноту жизни и то, как сами люди ограничивают себя, находясь в «вертикальной» системе.

В художественном мире проанализированных произведений А. П. Чехова существует такой литературный тип, как герой-лакей. И образ лакея выступает в роли некоего кода. О них сказано мало, но строчки значимы, так как герои-лакеи помогают читателю понять поведение главных героев и сюжет в целом.

Литература и источники

1. Чехов А. П. Степь [Электронный ресурс] - http://www.prosv.ru/ebooks/lib/40_Chehov_Rasskazi_povesti/Step'._Istorija_odnoj_poezdki.pdf
2. Бердников Г. П. А. П. Чехов. Идеи и творческие искания / Г. П. Бердников. – Л.: Худож. лит., 1970. – 591 с.
3. Чудаков А. П. Поэтика Чехова / А. П. Чудаков. – М.: Наука, 1971. – 291 с.
4. Фуксон Л. Ю. Толкования / Л. Ю. Фуксон; Кемеровский государственный университет. – Кемерово, 2018. – 199 с.

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Фуксон Л. Ю., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

821.161.1.

БЛИЗНЕЧНЫЕ МОТИВЫ В ПОЭТИЧЕСКОЙ КНИГЕ АННЫ ПРИСМАНОВОЙ «БЛИЗНЕЦЫ»

Макаренко В. В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

valentina020299@gmail.com

Статья посвящена рассмотрению близнечных мотивов в поэтической книге Анны Присмановой «Близнецы». Поставленная проблема является актуальной в связи с тем, что А. Присманова – малоизученный и малоизвестный в наше время поэт. Ранее ее стихотворения не подвергались подробному анализу. В работе будут впервые раскрыты неизученные аспекты темы. Чтобы разобраться в данной проблеме, было поставлено

254

несколько задач. Во-первых, были изучены литературоведческие труды по поэтике выразительности; во-вторых, автор изучил различные подходы к толкованию термина «мотив»; в-третьих, был выполнен краткий обзор близнецных мифов, а также осуществлен литературоведческий анализ стихотворений: «В моей природе два начала ...», «Кузнец», «Гранит», «Брат и сестра». Работа выполнена в рамках историко-литературного подхода с использованием методов анализа мотивно-тематических комплексов, образности, сравнения. На основании проведенного анализа стихотворений устанавливается специфика близнецных мотивов в произведениях Анны Присмановой. Автором было выявлено, что данные мотивы имеют одно из важнейших мест в поэтической книге «Близнецы». Результаты исследования расширяют знания об особенностях поэтического мира Анны Присмановой и дают возможность по-новому взглянуть на ее творчество.

Ключевые слова: А. Присманова, близнецы, мотив, близнецный миф, поэтическая книга, стихотворения, анализ.

TWIN MOTIVES IN ANNA PRISMANOVA'S POETIC BOOK “TWINS”

Makarenko V.V.

Kemerovo State University
valentina020299@gmail.com

The article is devoted to the consideration of twin motifs in the poetry book of Anna Prismanova “Twins”. The posed problem is relevant due to the fact that in our time A. Prismanova is an insufficiently explored and little-known poetess. Previously, her poems were not analyzed in detail. This paper will reveal for the first time the unexplored aspects of the topic. To understand this problem, several tasks were set. First, literary works on the poetics of expressiveness were studied; secondly, the author has studied approaches to the interpretation of the term “motive”; thirdly, a brief review of twin myths was performed, and also carried out a literary analysis of poems: “There are two beginnings in my nature ...”, “The Blacksmith”, “Granite”, “Brother and Sister”. The work was fulfilled inside of a historical and literary approach using methods of analysis of motive-thematic complexes, imagery, comparison. Based on the analysis of poems, the specificity of twin motifs in the works of Anna Prismanova is established. The author has revealed that these motives have one of the most important places in the poetic book “Twins”. The results of the research expand knowledge about the features of the poetic world of Anna Prismanova and give an opportunity to take a new look at her work.

Key words: A. Prismanova, twins, motive, twin myth, poetry book, poems, analysis.

Анна Семёновна Присманова – русская поэтесса, принадлежавшая второму поколению первой волны эмиграции. Это трудный и загадочный автор, использующий необычные ходы поэтической мысли, и манеру стихов, которая далека от установленных канонов. Она не была адептом «парижской ноты», несмотря на большую влияние этого течения молодой эмигрантской поэзии. А.С. Присманова, недооцененная в свое время, сейчас по праву считается одной из лучших русских поэтесс XX века.

В 1918г. в Москве о ней впервые можно было услышать как об авторе, она стала членом группы – «Литературный особняк». В 1921г. Присманова эмигрировала в Берлин. В 1923г. в литературном сборнике журнала «Эпопея» (редактор А. Белый) были опубликованы два ее стихотворения. Как указывает в предисловии к изданию стихотворений А. Присмановой и А. Гингера К. О. Рагозина, в скором времени Присманова вошла в литературное объединение «Четыре плюс один», в которое также входили Г. Венус, С. Либерман, В. Сосинский, В. Андреев. В 1924г. они совместно издали книгу «Мост на ветру», которая так и не стала популярной. В итоге группа распалась, а Присманова переехала в Париж. В 1925 г. А. Присманова вступила в парижский Союз молодых писателей и поэтов, представляя группу «формистов». И только в 1937 г., в возрасте сорока пяти лет, она издала свою

первую поэтическую книгу «Тело и тень». Вторая книга ее стихов – «Близнецы» – выходит в 1946 году. В 1949 году выходит третья (последняя прижизненная) книга Присмановой – «Соль».

Многие стихотворения поэтической книги «Близнецы» имеют общие, схожие или перекликающиеся темы, мотивы. Один из таких мотивов – близнецный. Чаще всего близнецы являются героями дуалистических мифов. «Близнецные мифы можно разделить на мифы о близнецах-братьях (соперниках или позднее - союзниках), близнецах - брате и сестре, близнецах-андрогинах и зооморфные близнецные мифы». [1, с. 174] Вместе близнецы символизируют взаимно уравновешивающиеся доброе и злое начала. Они несут внутренние противоречия, единство противоположностей, как тьма и свет, небо и земля, жизнь и смерть, день и ночь и пр. Близнецы символизируют два неразрывно сосуществующих начала, несводимых друг к другу или даже противоположных.

В исследовании мы будем опираться на методику изучения мотива, представленную И. В. Силантьевым. Мотив (фр.*motif*, нем. *motiv* от лат. *moveo* – двигаю) – это повторяющийся элемент литературного произведения, обладающий повышенной значимостью. Мотив рассматривается по-разному, но, как правило, особенность мотива заключается в его предикативности, т.е. способности двигать сюжет: «...как предикат, развертывая сообщение, «продвигает» речь в целом, так и мотив «продвигает» повествование, определяя перспективу событийного развития действия». [2, с.79]

Поэтическая книга «Близнецы» построена как единое целое. Она объединяет стихи, которые Присманова написала во время Второй мировой войны. В первом же стихотворении Присманова раскрывает тему двойственности: «В моей природе два начала, / и мать, баюкая меня, / во мне двух близнецов качала: / кость трезвости и кровь огня. / Но кровь и кость, два равных рвеня, / вступив с младенчества в борьбу, / отметили мою судьбу / печальным знаком раздвоенья». [3, с. 38] Как уже было сказано ранее, близнецы представляют собой два противоположных начала. Так и в стихотворении, «кость трезвости и кровь огня» являются близнецами, несмотря на то, что символизируют два абсолютно различных друг от друга начала.

Разделение на «кость трезвости и кровь огня» того же характера, что тело и тень в первой книге Анны Семеновны. Для Присмановой кровь и кость – это два начала, которые очень сложно уравновесить, они несовместимы. Кость выступает началом трезвости, спокойствия, а кровь – это начало страсти, стихийности, как инь и ян. «Кость трезвости» означает некую нормальность, обычного человека, а «кровь огня», как нечто буйное, означает что-то необычное, нестандартное. В столкновении друг с другом эти начала дают уникальность личности. И создала ее такой сама мать-природа. В стихотворении говорится, что кровь и кость вступили «в борьбу», а это значит, что единение, к которому стремится поэтесса, практически не осуществимо. Она тяготеет к обеим сторонам своей сущности, но не может найти баланс, что приводит к «печальному знаку раздвоения». Кость и кровь противопоставлены: твердое и жидкое, белое и красное, но вместе они создают нечто живое.

Стоит обратиться к семантике белого и красного цветов. Согласно контексту исследуемых произведений, красный говорит об опасности, возбуждении, страсти, силе и т.д., он захватывает внимание, побуждает к активности. Белый цвет является идеально сбалансированным, символизирует чистоту, спокойствие. Все перечисленное еще больше подтверждает антитезу кости и крови.

Этот же мотив, что и в первом случае, прослеживается в стихотворении «Кузнец»: «Лишь кость чиновника сидит / над беспросветными листьями, / а кровь его в окно глядит / на осень с красными кустами. / Пусть куст – как пламень за стеклом, / как камень – долг, трудов виновник... / С люстриновым своим крылом / похож на ворона чиновник. / Он гнет над знаками скелет / без воли, без негодованья, / но кровь его – лелеет след / от прошлого существованья. / Была чернильница пуста, / гусиные летали перья, / и возле зелени листа / гуляли дикость и доверье. / Там, с ярким жаром пред лицом, / он был в нездешнем

освещеньи – / он был цыганским кузнецом / в предшествующем воплощеньи». [3, с. 43-44] Здесь продолжается тема о борьбе двух начал, живущих в душе человека. Название стихотворения связано с его содержанием. «Кузнец, в мифологии персонаж, наделённый сверхъестественной созидательной силой, связанной с огнём, и обладающий функциями демиурга – верховного божества или бога – помощника одного из главных богов... Кузнец может создавать не только любые орудия из разных металлов, но и волшебное оружие героев...». [1, с. 562] Кузнец – это мастер, который может выковать буквально что угодно. Но, несмотря на то, что это положительный персонаж, иногда его связывают с нечистым из-за огня и элементов отрицательного начала.

Кость, как начало трезвости и нормальности, «сидит над беспросветными листьями», т.е. чиновник выполняет какую-то обыденную работу. Далее предстает картина осени, которую видно только через окно: «а кровь его в окно глядит на осень с красными кустами». Кровь глядит в окно, она видит другой мир, видит буйство красок осени, сопровождающееся красным цветом. Кровь, как начало стихийности, хочет вырваться за стекло, ведь там находится то, что ей близко: «пусть куст – как пламень за стеклом». Но чиновник вынужден работать, кость порождает в нем трезвость. Она тверда словно камень: «как камень – долг, трудов виновник...».

Стихи «с люстриновым своим крылом похож на ворона чиновник» означают, что чиновник в темном костюме напоминает ворона, возможно, он чувствует себя как птица в клетке. Он с равнодушием продолжает трудиться: «он гнет над знаками скелет без воли, без негодованья», а его кровь «лежит след» о его прошлой сущности. Когда чернильница пустеет, и герой прекращает работу, происходит нечто мистическое. Теперь перед читателем настоящий кузнец во время работы: «там, с ярким жаром пред лицом, он был в нездешнем освещеньи». Становится понятно, почему его кровь, как «кровь огня», рвется из обыденности: «он был цыганским кузнецом в предшествующем воплощеньи». Цыгане считаются кочующим народом, не привязанным к одному месту, а значит логично и рвение к свободе у цыганского кузнеца, который в настоящей жизни является чиновником – человеком служащим и несвободным.

Далее в стихотворении «Гранит» встречается подобный мотив: «Во мне одной, к несчастью, два лица / (раздвоенность обличий нелегка мне): / одно – вовне, как скорлупа яйца, / другое – в глубине, как жила в камне...». [3, с. 65] Лирическая героиня делает акцент на своей внутренней двойственности, уточняя, что такая судьба для нее тяжела: «раздвоенность обличий нелегка мне». То же самое было в предыдущих стихотворениях.

Мотив двойственности также присутствует в стихотворении «Брат и сестра»: «Рассветный холодок остер. / Луна бледнее перламутра. / На берегу воды костер / раскладываю я под утро». [3, с. 46] Перед читателем предстает картина: лирический герой на рассвете, в тумане, с почти ушедшей луной, сидит на берегу моря или реки и «раскладывает» костер, чувствуется слабый утренний холод. Рассвет, как переходный этап между днем и ночью. «Но, свой огонь водой туша, / я знамение вырожденья – / слилась горячая душа / во мне с холодной, от рожденья». [3, с. 46] Знамение – это знак, предзнаменование чего-либо, а вырождение – это потеря ценных свойств предков. Значит соединение двух противоположных составляющих внутри героя – горячей души и холодной – приведет к ухудшению жизни. Лирический герой вынужден погасить в себе огонь, чувства: «свой огонь водой туша».

«Бывает жизнь и житие. / Но житие обычно в ранах. / И мной – земное бытие, / увы, проходится в двух планах». [3, с. 47] Житие можно понять не только как синоним жизни, но и как повествование о чьей-нибудь жизни. Житие святых часто сопровождается их страданиями, мучениями, поэтому «житие обычно в ранах». На сердце и душе лирического героя раны.

«Две разнородные струи / сплотились под одную кожей: / струя животной жизни и / поток, на облако похожий». [3, с. 47] Продолжается тема двух противоположных начал существующих совместно: «две разнородные струи сплотились под одную кожей». Одно

начало отсылает к жизни на Земле: «струя животной жизни», другое – к жизни духовной или даже божественной, небесной: «поток, на облако похожий».

«Пожар, сжигающий дворы, / и пена на пустом пароме... / Два лика – брата и сестры – / живут в едином костном доме». [3, с. 47] Сила огня, уничтожающая все на своем пути, противопоставляется безобидной морской пене.

«На кровлю падает луна... / Который час – не знаю точно. / Спроси сестру мою – она / отзывчива и непорочна. / Как осень – веткой золотой, / как паутиной сеткой птица, / она живет моей мечтой – / она и жертва в ней, и жрица». [3, с. 47] У лирического героя теряется ощущение времени: «на кровлю падает луна... который час – не знаю точно». Сестра выступает началом чистоты, непорочности, невинной души. Жертву в данном контексте можно трактовать по-разному: как пострадавшего человека, или же как приносимое в дар божеству живое существо. Жрица – языческий священнослужитель, посредник в общении людей с миром богов и духов, может организовывать жертвоприношения и проводить ритуалы. Сестра в данном случае является и тем, и другим: «она и жертва в ней, и жрица».

«А брат мой – долгий взгляд в себя / и диалог с самим собою, / где, настоящее губя, / всё прошлое выходит к бою». [3, с. 47] Брат выступает как внутренний диалог, рефлексия, в результате чего прошлое губит настоящее, происходит бой, столкновение, разрушение. «О брат мой, о моя сестра! / я жизни придаю значенье, / но жизнь над пламенем костра, / как дым, уходит в отвлеченье». [3, с. 47] Лирический герой придает своей жизни смысл, но в итоге это не имеет значения, жизнь улетучивается «как дым», уходит из этой реальности в мир грез.

Таким образом, в поэтической книге Анны Присмановой встречаются близнечные мотивы, в которых близнецы являются противоположными, противоборствующими началами в душе человека.

Литература и источники

1. Иванов, В.В. Близнечные мифы / В.В. Иванов // Мифы народов мира: энциклопедия в 2 т. / Гл. ред. С. А. Токарев. – Т. 1. А – К. – М.: Советская энциклопедия, 1991. – С. 174 – 562.
2. Силантьев, И.В. Поэтика мотива / И.В. Силантьев. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 296 с.
3. Присманова, А. Собрание сочинений / А. Присманова. – Г.: Leuxenhoff Publishing, 1990. – 258 с.
4. Присманова, А. Туманное звено / А. Присманова, А. Гингер; [сост., предисл., коммент. К. О. Рагозиной]. – Т.: Водолей, 1999. – 256 с.

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Налегач Н.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 82

ОБРАЗ ЛИРИЧЕСКОЙ ГЕРОИНИ В АЛЬБОМЕ ЗЕМФИРЫ «ЖИТЬ В ТВОЕЙ ГОЛОВЕ»

Медведева К. В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

trampkristina@gmail.com

Работа посвящена рассмотрению образа лирической героини альбома Земфиры. Автором проведено исследование альбома, который состоит из 10 песен: «Жить в твоей голове», «Без шансов», «Деньги», «Кофевино», «Чайка», «Если бы», «Похоронила», «Река», «Кувырок», «Гора». При рассмотрении альбома «Жить в твоей голове» были выявлены характерные черты, присущие лирической героине Земфиры. Героиня Земфиры 258

самоотверженная личность, со своими ценностями, которые она не придает. Она свободолюбива, но вынуждена прятаться от окружающего мира. Для неё не имеет значения, что думают о ней окружающие, но важно, что скажут её близкие. На месте лирической героини Земфиры может оказаться каждый. Эмоции, которые она испытывает, может испытать любой человек. В творчестве Земфиры не исключена любовь, которая имеет большое значение для лирической героини и связана с её духовным началом и поиском себя в этой жизни.

Ключевые слова: лирическая героиня, альбом, Земфира, образ, «Жить в твоей голове».

THE IMAGE OF THE LYRICAL HEROINE IN ZEMFIRA'S ALBUM "LIVE IN YOUR HEAD"

Medvedeva K.

Kemerovo State University

The work is devoted to the consideration of the image of the lyrical heroine of the album Zemfira. The author has studied the album, which consists of 10 songs: "Live in your head", "No chance", "Money", "Coffee", "The Seagull", "If", "Buried", "River", "Tumbler", "Mountain". When considering the album "Live in Your Head", the characteristic features inherent in the lyrical heroine of Zemfira were revealed. The heroine of Zemfira is a selfless person, with her values that she does not attach. She is freedom-loving, but forced to hide from the outside world. It does not matter for her what others think of her, but it is important what her loved ones say. Everyone can be in the place of the lyrical heroine of Zemfira. The emotions she experiences can be experienced by anyone. In the works of Zemfira, love is not excluded, which is of great importance for the lyrical heroine and is associated with her spiritual beginning and the search for herself in this life.

Keywords: lyrical heroine, album, Zemfira, image, "Live in your head".

Образ лирической героини в альбомах Земфиры уже становился объектом научного исследования, но был изучен недостаточно. Рассмотрение образа лирической героини позволит расширить представление о современной рок-поэзии, а также поможет глубже понять образ лирической героини в литературе XXI века.

Обратимся к альбому Земфиры «Жить в твоей голове» и выявим характерные черты лирической героини данного альбома. Героиня Земфиры готова на всё ради любви, ей не нужна причина, чтобы любить, она любит просто так, безрассудно и смело. В композиции «Жить в твоей голове» она может даже убить из-за этого чувства: «И убить тебя, неосознанно, нечаянно». Ей не трудно совершить подвиг во имя любви и того же она ждёт от любимого человека. Лирическая героиня не потерпит безразличия:

*«Ты забыл узнать собственно меня,
Собственно, зачем? Никаких проблем,
Никакой любви — я-то знаю, что
Никакой любви, ты меня убил»
(«Без шансов»)*

Героиня Земфиры бескорыстна, для нее не представляют огромного значения деньги, она не зависит от материального благополучия. Она понимает, что это не самое главное в жизни: «Всё, что осталось от последней продажи, // Мои песни однажды покинут меня» («Деньги»). Но при этом героиня устает бороться с обществом, идти наперекор, и в конце произведения, она соглашается с большинством: «Мне нужны деньги, Деньги, деньги...» («Деньги»). Её жизненные ценности меняются.

В лирическом произведении «Кофевино» героиню не волнует, что о ней думают другие люди: «Кофевино, мне всё равно // Тысячу лет, что обо мне думают». Только мнение любимого человека для неё имеет значение:

*Но мне не всё равно, что думаешь ты
Мне не все равно
Но мне не все равно, что думаешь ты
Мне не все равно, что думаешь.
(«Кофевино»).*

В композиции «Чайка» лирической героине хочется быть беззаботной, не зависеть от чужих слов, чужого мнения: «Хочется петь и летать, летать и петь // И не думать о ваших словах, ваших жестоких словах». Летать и чувствовать легкость и свободу. Петь – иметь совой голос, не бояться говорить о том, что думаешь. У лирической героини своё мнение на окружающий её мир. Петь для себя или для кого-то, донести до людей то, что считаешь нужным, а не то, что от тебя требуется. Быть собой: «Хочется просто дышать, всю дышать». Лирическая героиня хочет жить так, чтобы её жизнью никто не интересовался, не обсуждал: «Хочется быть незаметной, невидной, неслышной, никем не опознанной». Она мечтает о простом счастье, о неподдельных, настоящих эмоциях: «Хочется счастья и слез, обычных слез».

Для героини очень важна поддержка близких ей людей. Не зря в песне «Если бы» мы видим фразу «Если бы ты остался». Ради любимого она готова пожертвовать своей жизнью, главное быть рядом с ним: «Я вам вырву своё сердце, мне оно уже не нужно» («Похоронила»).

То, что происходит с лирической героиней, может произойти с любым из нас. В произведении «Река» автор не называет имени человека, который утонул, обозначает его как «тело», что-то обезличенное. Подчеркивая этим то, что на месте лирической героини может оказаться кто угодно.

В композиции «Кувырок» у героини наступает не самое лучшее время: «Не лучшая полоса, черная полоса». Но надежда на светлое будущее не отпускает, лирическая героиня подобно реке, которая соединяет прошлое и настоящее, пытается вырваться из плена обстоятельств: «Неслышно течет река, бьется о берега». Она вынуждена спрятаться от окружающего его мира, где ей холодно: «Так холодно и темно, холодно и темно// Мне лучше залечь на дно, нужно залечь на дно». Лучшее место спрятаться от внешнего мира, это уйти в себя, в свои мысли: «Кто спрятался в голове, спрятался в голове». Но в 3-й строфе лирическая героиня подобно реке («бьется о берега»), не может сидеть взаперти. Свобода для лирической героини представляет одну из главных жизненных ценностей.

В произведении «Гора» лирическая героиня, как и в произведении «Деньги», не может сопротивляться вечно, ей приходится сломиться и подчиниться тем правилам, которые навязаны обществом: «Медленно, медленно, медленно падаю я». Она становится такой же, как и все, она уже не видит свет, а видит то, что внизу: «Ты видишь слезы, я вижу дно».

Таким образом, при рассмотрении альбома «Жить в твоей голове» были выявлены характерные черты, присущие лирической героине Земфиры. Для неё важно жить без обмана и фальши, но при этом её жизнь невозможна без притворства и недосказанности: «Если бы меньше фальши» («Если бы»), «Врете. Вы всё врете» («Гора»), «В твоих словах - ложь и пустота» («Без шансов»). Героиня Земфиры - самоотверженная личность, со своими ценностями, которые она не предает. Она свободолюбива, но вынуждена прятаться от окружающего мира. Для неё не имеет значения, что думают о ней окружающие, но важно, что скажут её близкие.

Литература и источники

1. Афанасьев, А. С. «Мифологема Марина Цветаева» в рок-композиции З.Т. Рамазановой «Я полюбила Вас» / А. С. Афанасьев // Филология и культура. – 2012. – № 3. – 107-110 с.
2. Буйнов, И. Г. Эстетическая концепция рок-поэзии / И. Г. Буйнов // Rhema. Рема. – 2010. – № 2. – 11-16 с.
3. Бройтман, С. Н. Лирический субъект / С.Н. Бройтман // Поэтика: словарь актуальных терминов и понятий. – М: Изд-во Кулагиной; Intrada, 2008. – С. 112-114
4. Доманский, Ю. В. Нетрадиционные способы циклизации в русском роке / Ю. В. Доманский // Русская рок-поэзия: текст и контекст. Сб. науч. тр. – Тверь: УрГПУ, 2000. – Вып. 4. – 217-223 с.
5. Доманский Ю.В. О поэтическом мире Высоцкого: Монография. Тверь: СФК-офис, 2011. С. 83
6. Доманский, Ю. В. Рок-поэзия: перспективы изучения / Ю. В. Доманский // Русская рок-поэзия: текст и контекст. Сб. науч. тр. – Екатеринбург; Тверь: УрГПУ, 2013. – Вып. 14. – 7-36 с.
7. Доманский Ю. В. Ролевые песни в русском роке 1980-х годов / Ю. В. Доманский // Русская рок-поэзия: текст и контекст. Сб. науч. тр. – Тверь: УрГПУ, 2016. – Вып. 16. – 49-65 с.
8. Доманский, Ю.В. Русская рок-поэзия: проблемы и пути изучения / Ю. В. Доманский // Русская рок-поэзия: текст и контекст. Сб. науч. тр. – Тверь: УрГПУ, 1999. – Вып. 2. – 26-38 с.
9. Земфира - Жить в твоей голове (альбом): Аккорды и тексты песен. https://www.oduvanchik.net/view_alb.php?id=2235 (дата обращения: 13.02.2020)
10. Теория литературы. В 2 тт. / Под. ред. Н.Д. Тамарченко. Т.1. – М.: Академия, 2004. – С. 512 с.

Научный руководитель - канд. филол. наук, доц. Подковырин Ю.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 82

ФАНТАСТИЧЕСКОЕ В НОВЕЛЛАХ С. КРЖИЖАНОВСКОГО

Пунегова П.П.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

ppunegova@gmail.com

В данной работе представлено изучение категории фантастического в текстах писателя С.Д. Кржижановского. Определения данной категории от различных литературоведов. Становление этой категории в литературе XX века. Смысл фантастического в тексте С. Кржижановского. Рассмотрение категории фантастического в научном понятии в литературе. Рассматривается своеобразие художественного мира в новеллах С.Д. Кржижановского. Как писатель с помощью фантастического раскрывает сюжет новелл.

Ключевые слова: категория фантастического, фантастическое, новеллы, С.Д. Кржижановский, литература XX века, изображение героя, хронотоп.

FANTASTIC IN NOVELS OF S. KRZHIZHANOVSKY

Punegova P.N.

Kemerovo State University

This paper presents a study of the category of science fiction in the texts of the writer S.D. Krzhizhanovsky. Definitions of this category from various literary scholars. The formation of this

category in the literature of the XX century. The meaning of the fantastic in the text S. Krzhizhanovsky. Consideration of the category of science fiction in the scientific concept in literature. The originality of the art world in the short stories of S.D. Krzhizhanovsky. As a writer, with the help of a fantastic one, he reveals the plot of short stories.

Key words: fantastic category, fantastic, novels, S.D. Krzhizhanovsky, 20th century literature, hero image, chronotope.

Категория фантастического в литературе в начале XX века еще не была оформлена как единое направление, но элементы фантастики часто использовались в художественной литературе. В начале XX века фантастическая литература имеет большой спрос у юного поколения. Однако в методической науке существует тенденция «не замечать» фантастику. В 60-70-е гг., появляются новые произведения с элементами фантастики. Выходят статьи, где критикуется жанр фантастики в литературе.

В 70-80-е гг., начинается формирование жанра фантастики и рост публикаций об этом жанре.

Новеллы и повести С. Кржижановского необычны благодаря своеобразным приемам изображения действительности. Автор делает акцент на парадоксальности ситуаций, в которые попадают его герои, на необычности их мышления, алогичности и сумбурности.

Впервые проанализировал прозу С. Кржижановского с точки зрения использования языковых средств при построении образов литературовед Ю. Ганзя в статье "Многоликость слова: Образы и принципы их построения в прозе С. Кржижановского". В этой работе автор рассказывает о том как построен фантастический мир в произведениях С. Кржижановского. Какие особенности написания используются, специфика хронотопа произведения, а также особенности изображения героя.

Еще одна работа, которая поможет разобраться с категорией фантастического в литературе – Ц. Тодоров «Введение в фантастическую литературу». В этой книге объясняется термин «фантастическое» и как эта категория применяется в художественном произведении.

В статье С. П. Лавлинского и А. М. Павлова «Фантастическое» дается следующее определение: «фантастическое в литературе – тип художественной образности, основанный на тотальном смещении-совмещении границ «возможного» и «невозможного».

Для С. Кржижановского обращение к художественному языку фантастического является чем-то совершенно естественным, как специфика писательского взгляда на действительность. Писатель задумывался о будущем и в своих коротких записях отразил размышления как о позитивных, так и негативных последствиях самых различных современных технологий. С. Кржижановский через призму фантастического показывает реальность, бытовые ситуации, переживания героев из-за проблем, с которыми они сталкиваются, их реакция на эти проблемы и как они себя ведут, когда с ними случается нечто фантастическое. Часто в тексте встречается парадоксальные ситуации, где трудно объяснить, что произошло и почему так получилось. Фантастическое в его текстах играет роль развертывания сюжета. С помощью этой категории читатель мысленно входит в фантастический мир новелл, где происходящее отличается от реальности. Зачастую, когда происходит нечто фантастическое с героем, то это ставит его тупик. Изначально герой теряется и не знает, как реагировать на происходящее. После герой новеллы подстраивается под случившееся и пытается как-то найти выход из трудной ситуации. В таком случае герой часто чувствует себя одиноким и брошенным, т.к. ему кажется, что фантастическое происходит только с ним, а не со всеми. Ему приходится самостоятельно решать проблему, которая мешает ему жить прежней жизнью. Фантастическое заставляет героя увидеть ситуацию с другой стороны и понять, где он мог ошибаться и что он может исправить.

Основным структурообразующим принципом мирообраза новелл писателя является принцип двоemiрия, основывающегося на антиномиях, выраженных в противопоставлении полярных начал, идей, философских категорий.

Исходя из сказанного выше, актуальность темы исследования определяется следующим:

- потребность более детального и частного изучения категории фантастического в новеллах, т.к. в разных новеллах категория фантастического представлена по-разному.
- выявление обоснованности использования раскрытия и актуализации категории фантастического различных авторов и в том числе С. Кржижановского.

Основная цель работы – изучить понятие «категория фантастического» и все аспекты этой категории, изучить смысл каждой отдельной категории и ее место в каждом моменте новеллы, рассмотреть новеллу как предмет содержащий в себе все категории фантастического, которые по своему раскрываются в каждом мотиве.

Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи:

- рассмотреть категорию фантастического в научном понятии в литературе.
- проанализировать новеллы с присутствием фантастического.

Предмет исследования – аспекты категории фантастического, которые раскрываются в персонажах и в художественном пространстве новеллах С. Кржижановского.

Объект исследования – новеллистические тексты С. Д. Кржижановского («Сбежавшие пальцы», «Мухослон», «Старик и море»).

Литература и источники

1. Бахтин М. Формы времени и хронотопа в романе. Очерки по исторической поэтике // Бахтин М. Литературно-критические статьи. - М., 1986.-С. 12
2. Ганзя, Ю. Е. Многоликость слова (образы и принципы их построения в прозе С. Кржижановского) / Ю.Е.Ганзя // Русский язык в школе. – 1998. – №1. – С.70-76.
3. Гаспаров М.Л. Мир Сигизмунда Кржижановского // Октябрь. - 1990, №3-С.201-203
4. Делекторская И. Б. «Эстетические воззрения С. Кржижановского: от Шекспироведения к философии искусства».
5. Диссертация Л.В. Подиной «Пространство и время Сигизмунда Кржижановского» (2002).
6. Жанровое своеобразие творчества С. Д. Кржижановского: тема диссертации и автореферата по ВАК РФ 10.01.01, кандидат филологических наук Воробьева, Евгения Исааковна.
7. Кржижановский С. Д. «Сказки для вундеркиндов».
8. Кржижановский С. Д. Сборник рассказов.
9. Кржижановский С. Итанесиэс // Кржижановский С. Собрание сочинений: В 5 т. Т. 1. - СПб., 2001. - С.201.
10. Лавлинский С. П. и А. М. Павлова. Статья «Фантастическое» (Поэтика: словарь актуальных терминов и понятий. М., 2008).
11. Микропоэтика С. Кржижановского-прозаика и ее философский смысл.

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Фуксон Л.Ю., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 821.161.1 (Пастернак Б. Л.)

МАГИСТРАЛЬНЫЕ ОЛЬФАКТОРНЫЕ ОБРАЗЫ И МОТИВЫ В СБОРНИКАХ РАННЕЙ ЛИРИКИ Б. ПАСТЕРНАКА

Рогожникова С.Ю.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

RogozhnikovaSvetlanaa@yandex.ru

В данной статье ставится задача выявить и проанализировать наиболее частотные ольфакторные образы и мотивы в ранней лирике Пастернака. Среди стихотворений
263

выбранного периода выделяются те, что содержат в себе тот или иной ольфакторный образ. Затем, посредством логики мы выявляем и подсчитываем их общее количество. Среди всех выявленных образов мы имеем возможность создания классификаций и распределения их по критериям. Таким образом, мы можем определить наиболее частотные, магистральные образы, которые использует автор в своих произведениях. В итоге, это даст нам более полное понимание своеобразия художественного мира автора, в целом. Новизна данного исследования заключается в том, что в настоящее время ольфакторная организация литературного произведения рассмотрена не полностью и методология изучения только разрабатывается. Изучение этой темы является перспективным, так как ольфакторные образы, содержащиеся в стихотворениях выбранного автора, отличаются многогранностью и наделяются множеством характеристик, которые требуют детального рассмотрения и выявления новых классификаций.

Ключевые слова: Борис Пастернак, ольфакторные мотивы и образы, запах, аромат, классификация.

MASTER OLFACTOR IMAGES AND MOTIVES IN THE POETIC COMPILATIONS OF THE EARLY LYRICS OF B. PASTERNAK

Rogozhnikova S.

Kemerovo State University

This article aims to identify and analyze the most frequent olfactory images and motifs in Pasternak's early lyrics. Among the poems of the selected period, those that contain a particular olfactory image are highlighted. Then, using logic, we identify and calculate their total number. Among all the identified images, we have the ability to create classifications and distribute them according to criteria. Thus, we can determine the most frequent, main images that the author uses in his works. As a result, this will give us a more complete understanding of the author's artistic world as a whole. The novelty of this study lies in the fact that at present the olfactory organization of a literary work is not fully considered and the study methodology is only being developed. The study of this topic is promising, since the olfactory images contained in the poems of the selected author are multi-faceted and are endowed with many characteristics that require detailed consideration and identification of new classifications.

Keywords: Boris Pasternak, olfactory motifs and images, smell, aroma, classification.

Словесное творчество по сравнению с другими традиционными видами искусства обладает преимуществом дифференцированно и многогранно передавать ароматы и запахи.

Так, по мнению Мамцевой, сложности, с которыми сталкивается автор в попытке передачи запахов на письме, остаются актуальной темой для изучения современными лингвистами и литературоведами. К таким сложностям можно отнести и превосходство наиболее важных органов чувств – зрения и слуха, и ограниченность способностей каждого отдельного индивида, то есть автора, в вербализации запахов [2, с.101-106].

Тем не менее, мы не можем недооценивать то, насколько важно обоняние в нашей жизни, так как без него восприятие будет неполноценным, в том числе и художественное произведение.

Такие понятия, как «ольфакторная картина мира писателя», «ольфакторные мотивы и образы», «литературно-ольфакторный анализ» активно пополнили терминологию современного литературоведения. Ольфакторная поэтика в трудах современных литературоведов рассматривается с точки зрения структуры и семантики, выделяются основные черты и элементы. В нашей работе была предпринята попытка выявить и проанализировать наиболее частотные ольфакторные образы и мотивы ранней лирики Пастернака.

В ходе работы были определены методы, при помощи которых осуществляется исследование. В первую очередь была произведена выборка стихотворений, входящих в

такие сборники, как «Поверх барьеров» (1916), «Сестра моя – жизнь» (1922), «Темы и вариации» (1923), в которых содержатся образы ароматов и запахов. Нами используется сравнительный метод для того, чтобы определить, какие образы в стихотворениях наиболее повторяющиеся, или же менее повторяющиеся. Также был применён ассоциативный метод, так как некоторые предметы или явления, содержащиеся в стихотворениях, имеют определённую взаимосвязь с ольфакторными мотивами. Используется метод классифицирования, поскольку, из ранее выявленных нами образов мы попытались создать единую систему ароматов и запахов, которые содержатся в ранней лирике Пастернака.

Проведя выборку стихотворений из перечисленных сборников, нами было обнаружено тридцать два стихотворения, в которых так или иначе содержатся упоминания об ароматах и запахах. Из них 9 употреблений содержатся в сборнике «Поверх барьеров» 1914-1916, 14 употреблений – «Сестра моя - жизнь» 1917, 9 употреблений – «Темы и вариации» 1916-1922».

Во время попытки классифицировать объекты аромата и запаха по смысловым категориям и выделить наиболее частотные, возникло множество затруднений относительно того, к какой группе нужно отнести тот или иной объект. Такие трудности возникают в связи с тем, что, хотя человеческое обоняние может различать сотни тысяч различных запахов и в этом отношении сопоставимо со зрением и слухом, ни в одном из языков мира, кажется, нет классификации запахов, подобной, к примеру, цветовым классификациям [4]. Именно это, отчасти, даёт нам большой простор для размышлений и составления определённой структуры ароматов и запахов.

Л.Б. Зубанова и Н.Л. Зыховская в своей работе «Запах: Ольфакторная грань социальной реальности» выяснили, что чаще всего слово «запах» ассоциируется с негативной оценкой[1]. Так, например, в стихотворениях Б. Пастернака зачастую употребляются слова, типа «пахнет», «тянет», «несёт» и т.д., в значении «запах». Тогда как слово «аромат» было употреблено всего один раз. Рассмотрим несколько примеров и попытаемся понять, какую оценку даёт поэт «запахам».

«У сада пахнет/ Из усыхающего рта/ Крапивой, кровлей, тленьем, страхом» («Три варианта» 1915г)

У Пастернака мы видим довольно разнообразное состояние объектов запахов. По сути, эта вариативность и усложняет классификацию запахов. Запахи данного стиха включают в себя настоящую гамму, от запаха травы (крапива), до «тленья». Завершает и полностью меняет картину запах «страха», который, по всей видимости, мы можем определить как негативный. Это запах, который не обозначает конкретный предмет, он является абстрактным и даёт нам понять настроение, эмоции, испытываемые героем. «Все выражения абстрактных запахов в сравнении с такими же вкусами выглядят более изыскано, ново и особенно – в таких интересных примерах заключается авторская «изюминка» и красота его литературного слога».[3, с.220]

«Как губы, - шепчут; как руки, - вяжут;/ Как вздох, - невнятны, как кисти, - дряхлы,/ И кто узнает, и кто расскажет,/ Чем тут когда-то дело пахло?» («Мельницы» 1915, 1928)

В данном примере мы можем заметить такую особенность, что автор называет объект или источник, но при этом сам задаётся вопросом, какой именно запах этот объект имеет. Таким образом, он намеренно оставляет за этим вопросом интригу и даёт возможность читателю самому ответить на поставленный вопрос и представить, чем всё-таки может пахнуть «дело».

Исходя из выше представленных примеров, мы можем сделать первый вывод о том, что «запахи» в стихотворениях Пастернака многогранны, соединяются конкретные и абстрактные явления, которые не несут за собой негативной оценки.

Разнообразие запахов позволяет выразить сугубо индивидуально переживаемое, сложное чувство. Потому невозможно составить универсальную классификацию запахов, в том

числе запахов в поэзии. Выходом из подобной ситуации возможно составление классификаций запахов для творчества отдельно взятого писателя или поэта, реализующих индивидуально-авторские смыслы через ольфакторные мотивы. Так мы можем выделить главные магистральные образы в ранней лирике Пастернака. Во всех стихотворениях, в которых содержатся ольфакторные употребления, чаще всего есть «источник» запаха, и сам «запах», перечислим некоторые из них, таким образом выделяя главные и наиболее частотные объекты:

Источник запаха/аромата: «ненастье», «пыль», «бурьян», «прописи дворян», «баркасов кора», «парк», «больница», «горизонт», «сад» и т.д.

Запах/аромат: «дѣготь», «огурцы», «крапива», «возмужалость», «кровля», «тленье», «страх». «грозы», «настой соды», «кушанье(еда)», «акация», «сырая резеда», «сонные лекарства», «сирень», «радость», «мышь», «тюльпаны, бегонии», «здоровье», «винная пробка» и т.д.

На основании выделенных объектов мы пришли к выводу, что в основном здесь доминируют запахи, имеющие природную семантику. Стоит также отметить, что в стихотворениях более позднего периода количество употребления природных объектов увеличивается.

В перспективе нашей работы возможно расширение классификации ароматов и запахов для более точного определения главных ольфакторных объектов. Расширение классификации заключается во введении новых квалификаторов, таких как «разнообразие состояний объектов запахов», разделение «групповых» и «одинокых» запахов, «абстрактные запахи»(типа запах «духа»), «реальные и ирреальные запахи», «химические, природные, бытовые запахи» и т.д.

Исходя из проведённых исследований, можно сделать вывод о том, что лирические произведения поэта очень многогранны. Определить главные ольфакторные образы мы попытались посредством их сравнения и классификации, собрав все стихотворения, которые имеют в себе упоминание об ароматах и запахах. Как оказалось, выделить какую-то одну тему, один ведущий образ среди них, трудно. С помощью метода классифицирования смогли увидеть, насколько широк спектр описания запахов, сколько разных сфер он в себя включает.

Литература и источники

1. Зубанова Л.Б., Зыховская Н.Л. «Запах: ольфакторная грань социальной реальности» (Социологические исследования) 2016. № 5 (385). С. 13-20.
2. Мамцева В.В. «К вопросу о вербализации концепта «Запах» в художественной литературе». (Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И.Я. Яковлева.) 2015. № 2 (86). С. 101-106.
3. Сорокина Ю.О. «Изучение ольфакторной сферы в русской художественной литературе XX века методом корпусного анализа «на материале национального корпуса русского языка» (В сборнике: И.А. Бодуэн де Куртенэ и мировая лингвистика Труды и материалы Международной конференции. В 2-х томах. Под общей редакцией К.Р. Галиуллина, Е.А. Горобец, Э.А. Исламовой.) 2019. С. 219-223.
4. Риндисбахер Х.Д. От запаха к слову: моделирование значений в романе Патрика Зюскинда «Парфюмер» / Х.Д.Риндисбахер // Ароматы и запахи в культуре. Кн. 2 / сост. О.Б.Вайнштейн. М.: Новое литературное обозрение, 2010. С.579–607.
5. Зыховская Н.Л. «Основные отличия репрезентации запахов в поэтических и прозаических художественных текстах» ([Вестник Челябинского государственного университета.](#)) 2012. № 5 (260). С. 60-62.

Научный руководитель - канд. филол. наук, доц. Поселенва Е. Ю., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 821.161.1

МОТИВ ДУХОВНОГО ПУТИ В ПОВЕСТИ А.ПЛАТОНОВА «КОТЛОВАН»

Углова Д.В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

fine.yglova@yandex.ru

Мотив пути в литературоведении имеет особое значение, так как присутствует во многих произведениях русской и зарубежной литературы. Путь может представлять собой как движение героя в пространстве, так и его духовное становление (или разрушение) и путь героя. Интерпретация последнего, как правило, имеет тесную связь с христианской культурой. В работе рассмотрен христианский контекст повести А. П. Платонова «Котлован», придающий особое значение мотиву пути главного героя - Вощева. В данной статье мы проследим, как герой повести «Котлован» встает на путь поиска христианской истины, вступает в споры по этому поводу с другими героями, сталкивается с набором ценностей, которые впоследствии становятся для него очевидно ложными. Вощев оказывается в пространстве, лишенном Бога и потому, вместо христианской истины приходит к и бессмысленному рытью котлована.

Ключевые слова: А. Платонов, повесть «Котлован», мотив пути, духовный путь, истина, поиск, герой-странник, христианские ценности

MOTIV OF THE SPIRITUAL WAY IN THE SHORT NOVEL THE «FOUNDATION PIT» OF A. PLATONOV

Uglova D.V.

Kemerovo State University

The path motive in literary criticism is very important, because it is in many works of Russian and foreign literature. A path can be a hero's movement in space. But the path can also be as a spiritual formation (or destruction) of a literary character, that is, a spiritual path. Interpretation of the latter usually refers to the Christian culture. The context of the story of Andrei Platonov includes many Christian references. These references make it possible to understand more deeply the meaning of the novel. Upon learning this, we can answer many questions related to the meaning of the spiritual path of Voshchev. In this article we can trace how the hero of the story Voshchev seeks Christian truth and moves along his spiritual path. He disputes about this with other heroes. But he finds only false values in this space. Voshchev finds himself in a world devoid of God and therefore, instead of Christian truth, finds only the death of a child and the meaningless digging of a foundation pit.

Key words: A. Platonov, short novel the Foundation pit, path motive, spiritual path, true, search, Christian references, character seeker

В литературоведении особое значение имеет рассматриваемый нами мотив пути (дороги). В «Вопросах литературы и эстетики» М. М. Бахтин писал о хронотопе дороги следующее: «Для романа прежде всего характерно слияние жизненного пути человека (в его основных переломных моментах) с его реальным пространственным путем-дорогой, то есть со странствованиями. Здесь дается реализация метафоры «жизненный путь»» [2, 217].

И. П. Максимова в своей статье «Функциональное значение хронотопа дороги в повести А. Платонова «Котлован»» отмечает, что образ дороги, как и герой-путник, встречается во многих произведениях А. П. Платонова, в число которых входит и повесть «Котлован». По мнению Ирины Павловны, дорога приводит Вощева к котловану, то есть его путь завершается у котлована, что говорит о тщетности самого строительства [5, 3].

На наш взгляд, в тексте рассматриваемой нами повести «жизненный путь» героя тесно сопряжен как с пространственным, так и с духовным движением. Пространственный путь (горизонтальный вектор) приводит героя к котловану. Тем не менее, когда Воцев чувствует необходимость в истине и отправляется на ее поиски, он начинает символическое движение «по вертикали», знаменующее начало духовного пути героя.

Повествование начинается с увольнения главного героя повести с завода, откуда он уходит в поисках истины: «Как заочно живущий, Воцев гулял мимо людей, чувствуя нарастающую силу горюющего ума и все более уединяясь в тесноте своей печали» [6, 3]. Герой уходит с завода, чтобы «лучше понять свое будущее» [6, 3]. Но уже в начале пути Воцев чувствует «сомнение в своей жизни и слабость тела без истины, он не мог дальше трудиться и ступать по дороге, не зная точного устройства всего мира и того, куда надо стремиться» [6, 4].

Стоит обратить внимание на тот факт, что герой платоновской повести был уволен именно с механического завода. Это наблюдение говорит об оппозиции механического труда и духовного поиска в «Котловане». Для героя оказывается неважной его работа, она не имеет смысла и необходима только для того, чтобы поддерживать его существование. Однако Воцев мыслит и стремится не только к физическому труду, но к труду мысли и души: «Я мог выдумать что-нибудь вроде счастья, а от душевного смысла улучшилась бы производительность» [6, 4]. Героя платоновской повести не беспокоит собственная жизнь, он говорит, что «думал о плане общей жизни» во время своей работы на заводе [6, 4]. Присущий ему образ мышления оказывается чуждым механическому миру, оценивается окружающими в негативном аспекте и как следствие влечет за собой увольнение: «Тебе, Воцев, государство дало лишний час на твою задумчивость — работал восемь, теперь семь, ты бы и жил — молчал! Если все мы сразу задумаемся, то кто действовать будет?» [6, 4]. Этот разговор отражает мировосприятие рабочего класса: люди, принадлежащие к нему трудятся механически, не прибегая к мыслительной деятельности. Воцев же считает, что без анализа в действиях людей нет смысла и потому начинает свой путь.

Начало пути Воцева в «Котловане» отмечено символическими деталями, которые, на наш взгляд, требуют специального комментария. На тот момент, когда герой повести «Котлован» отправляется в путь, ему исполняется 30 лет. В христианской традиции этот возраст имеет особое значение. В возрасте 30 лет Иисус Христос начал свое общественное служение [3, 97]. В приоритете для героя платоновской повести не его личное благо, а благо общественности. Воцев говорит, что живет без истины, подобно собаке, которая «живет благодаря одному рождению» [6, 3] и стыдится этого.

О значимости истины для человека говорит Моисей, когда ведет свой измученный народ из плена. Он отмечает, что человек жив не только благодаря пище [3, 198]. Подобные слова произносит Иисус, когда держит в пустыне длительный пост и к нему приходит искушитель, напоминая о божественном происхождении, потому что сын Бога и камни мог превратить в хлеб [3, 3]. Помимо физического, в человеке всегда есть еще и духовное начало. И духовная пища порой оказывается важнее для человека, так как именно она приносит смысл существованию. Попытку обретения смысла в духовном поиске мы и можем наблюдать в повести «Котлован»: так, Воцев не нуждается в пище, но ему необходима истина для жизни, так как без нее слабеет даже его тело [6, 3].

Воцев испытывает радость, когда слышит, что строительство котлована необходимо для светлого будущего [6, 12], так как этот труд должен приблизить его к поиску истины. Потому герой «Котлована» не жалеет себя «на уничтожении сросшегося грунта» [6, 12], он знает, что благодаря его трудам «здесь будет дом, в нем будут храниться люди от невзгоды и бросать крошки из окон живущим снаружи птицам» [6, 12].

Оказавшись среди строителей котлована, герой примеряет их истину на себя. Воцев слышит их речи о новом будущем, об общем пролетарском доме, который принесет всем счастье и верит их словам. Однако уже в начале пути герой приходит к рассуждениям иного

рода, он сомневается: «Не убывают ли люди в чувстве своей жизни, когда прибывают постройки? Дом человек построит, а сам расстроится. Кто жить тогда будет?» [6, 7]

Сотворение нового мира в повести оказывается невозможным и в нем погибает все живое и природное, а строительство превращается в уничтожение: «Но какой-то человек вошел на пустырь с косой в руках и начал сечь травяные рощи, росшие здесь испокон века» [6, 7]. Уничтожение всего живого вместо его сотворения можно объяснить особенностями восприятия пролетариатом предстоящих перемен. Народ верит в то, что он способен, с помощью Ленина, подняться выше, создать не только новую историю, но и полностью изменить жизнь к лучшему – обеспечить себе счастливое будущее. Рабочие верят, что участвуя в создании нового общества, метафорой которого является строительство дома, они сами приближаются к своему божеству, уподобляются ему.

Однако людям это не удается и автор демонстрирует читателю, что строительство котлована ведет только к разрушению, а истина остается недоступной: «Хотя они и владели смыслом жизни, что равносильно вечному счастью, однако их лица были угрюмы и худы, а вместо покоя жизни они имели измождение» [6, 8]. Внешне худые, угрюмые и изнеможденные рабочие несчастны и внутренне. Платонов называет их людьми «грустно существующими» [6, 8]. Это противоречит христианской истине, так как «печаль мирская производит смерть» [3, 223]. Механическая, бессознательная деятельность рабочих, которые занимаются строительством котлована, приводит к разрушению, а не созиданию. Сам процесс постройки имеет семантику возвышения, приближено к полюсу небесного. Однако в повести Платонова строительство оказывается семантически сопряженным с пространством земли: строители все больше углубляются в нее. Не случайно один из героев - Чиклин - говорит о постройке котлована: «Так могилы роют, а не дома» [6, 11]. Упоминания о смерти и сравнения рабочих с мертвыми встречаются на протяжении всей повести.

Отметим, что в качестве одной из значимых идей тексте платоновской повести присутствует христианская идея «ближнего»: «Вощев со скупостью надежды, со страхом утраты наблюдал этих грустно существующих людей, способных без торжества хранить внутри себя истину; он уже был доволен и тем, что истина заключалась на свете в ближнем к нему теле человека, который сейчас только говорил с ним, значит, достаточно лишь быть около того человека, чтобы стать терпеливым к жизни и трудоспособным» [6, 8]. Однако примечательно то, что реализация этой идеи в повести отличается от христианского принципа любви к ближнему. Следовательно истина, в которую верят герои, не является подлинной. Идея общности у Платонова в повести не совпадает с христианской «соборностью», поскольку является искусственной «механизированной» общностью без высокой и светлой идеи в своем основании [3, 54]. Герои платоновского «Котлована» не могут познать истинного Бога, потому что в них нет любви к ближнему: «Кто не любит, тот не познал Бога, потому что Бог есть любовь» [3, 182]. Вместо Бога в мире «Котлована» есть Ленин, вместо рая – коммунизм, вместо христианского идеала – идеология. А это значит, что изображенный мир является ни чем иным, как миром ложных ценностей.

В Евангелие от Матфея сказано: «Ищите же прежде Царства Божия и правды Его, и это всё приложится вам» [3, 7]. Как мы видим, в библейских текстах, понятие Царства Божьего неразрывно связано с семантикой истины, правды, мудрости, к которой так стремится Вощев. Герою не удается обрести истину, потому что он находится в мире ложных ценностей, ложной веры и ложного божества. Истина ускользает и потому, что путь, выбранный Вощевым, ведет к смерти ребенка, который олицетворял своей жизнью светлое будущее. Выбранная героем дорога приводит его не к духовной истине, устремленной вверх, а к бессмысленному рытью земли, к котловану.

После смерти Насти Вощев «согласился бы снова ничего не знать и жить без надежды в смутном вожделинии тщетного ума, лишь бы девочка была целой, готовой на жизнь, хотя бы и замучилась с теченьем времени. Вощев поднял Настю на руки, поцеловал ее в распавшиеся губы и с жадностью счастья прижал ее к себе, найдя больше того, чем искал».

[6, 65] Опираясь на эту цитату, М. В. Заваркина, приходит к выводу, что герой сходит с «пути ума» [4], а смерть Насти меняет его ценностную шкалу.

Однако, на наш взгляд, при рассмотрении повести «Котлован» в контексте христианских ценностей, можно увидеть и иной смысл в следующих словах: «с жадностью счастья прижал ее к себе, найдя больше того, чем искал» [6, 65]. Герой «Котлована» обрел истину, которая заключается в любви к ближнему – он готов отказаться от всех своих исканий, только бы девочка была жива. Но Настя умерла, и только после ее смерти Воцев познал чистую, бескорыстную любовь, а значит познал Бога.

Таким образом, мы можем видеть, что в повести А. Платонова «Котлован» герой действительно проделывает духовный путь в поисках истины. Непоколебимая вера рабочих в светлое будущее и пользу строительства нового пролетарского дома, вселяют в героя надежду на то, что этот труд приведет его к истине. Но в конечном итоге Воцев оказывается в пространстве, лишенном Бога. В своих словах о смерти Насти герой проявляет христианскую любовь к ближнему и обретает то, что искал – истину, заключенную в Боге.

Однако Воцев обретает истину ценой трагедии, его духовное перерождение происходит в результате переживания смерти ребенка. Таким образом, в финале повести герой оказывается в ситуации, когда он постигает истину, но уже не может реализовать ее в своей жизни и того нового мира, в строительстве которого он участвовал. Надежда на счастье человечества разрушается вместе со смертью Насти, которая олицетворяла собой светлое будущее. Таким образом, мы видим, что финал духовного пути Воцева имеет двойственную природу. На наш взгляд, обретенная героем истина в финале оказывается обесцененной – ее применение становится невозможным. Такая ситуация складывается потому, что в мире платоновской повести происходит ориентация на ложные ценности, в то время как истинные оказываются искажены.

Литература и источники

1. Абузова, Н. Ю. Мифопоэтика повести А.П. Платонова «Котлован» / Н. Ю. Абузова. - Культура и текст. № 4, 2016. – с. 74-85.
2. Бахтин М. М. Формы времени и хронотопа в романе. Очерки по исторической поэтике // Бахтин М. М. Вопросы литературы и эстетики. - М., 1975. – 504 с.
3. Библия. Книги священного писания Ветхого и Нового Завета/ Российское Библейское Общество, М., 1992. – 925 с., 292с.
4. Заваркина, М. В. Сюжет «Испытания истины» в повести А. П. Платонова «Котлован» / М. В. Заваркина. - Проблемы исторической поэтики, 2014. №12
5. Максимова, И. П. Функциональное значение хронотопа дороги в повести А. Платонова «Котлован» / И. П. Максимова. - Вестник Чувашского университета. № 4, 2009. – с. 311-314.
6. Платонов, А. П. Котлован // А.П. Платонов. - Памятники литературы. – М., 2003. – 65 с.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Калашикова А.Л., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 821.161.1-32(Бунин И. А.)

**ТИПОЛОГИЯ ГЕРОЕВ В ЦИКЛЕ И.А. БУНИНА «ТЕМНЫЕ АЛЛЕИ»
(НА ПРИМЕРЕ РАССКАЗА «РЕЧНОЙ ТРАКТИР»)**

Юнг Д. А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

daschaschulzik@mail.ru

Статья затрагивает вопрос о типологии героев цикла И. А. Бунина «Тёмные аллеи» на примере рассказа «Речной трактир». Особое внимание в работе акцентируется на образах героев, принадлежащих к полюсу дома и дороги, что обусловлено самоопределением героев в соответствующих локусах. Подобный вектор изучения поэтики цикла оказывается перспективным, поскольку полюс дома вступает в оппозицию с мотивом дороги, выполняющим сюжетообразующую функцию. Образ героя, который примыкает к полюсу дома, имеет ряд устойчивых характеристик, не противоречащих данному типу пространства (статичность, полнота, наполненность, упорядоченность, чистота, женскость, духовность и др.), имеющих особое символическое значение в понимании художественного мира произведений цикла. Герой «пути» также имеет комплекс отличительных признаков, которые в целом характерны для мира «дороги»: неустойчивость, зыбкость, утрата целостности, семьи, статуса в бытии. Однако наряду с традиционным осмыслением типов героя-путника и героя, принадлежащего к миру дома, даётся их новое понимание в творчестве И.А. Бунина: оба героя хотят обрести чувство наполненности, завершённости. Поэтому два противоположных типа в конечном счёте соединяются под действием силы любви. Однако соединение героев, дающее счастье, возможно лишь на мгновение. Таким образом, понимание изображённых типов героев в «Тёмных аллеях» помогает осмыслить ключевые, философские проблемы цикла – любовь, счастье, жизнь.

Ключевые слова: И. А. Бунин, «Тёмные аллеи», художественный цикл, герой, дорога, дом, образ, мотив, символика.

TYPOLOGY of CHARACTERS IN I. A. BUNIN's CYCLE "DARK ALLEYS" (on THE example of the STORY "RIVER INN").

Yung D.A.

Kemerovo State University

The article deals with the question of the typology of the heroes of the I. A. Bunin cycle "Dark alleys" on the example of the story "River Inn". Special attention is paid to the images of the characters belonging to the pole of the house and road, which is due to the self-determination of the characters in the corresponding loci. Such a vector for studying the poetics of the cycle turns out to be promising, since the pole of the house comes into opposition with the motif of the road, which performs a plot-forming function. The image of the hero, which is adjacent to the pole of the house, has a number of stable characteristics that do not contradict this type of space (static, fullness, fullness, orderliness, purity, femininity, spirituality, etc.), which have a special symbolic meaning in the understanding of the artistic world of works. The hero of "the way" also has a set of distinctive features that are generally characteristic of the world of "the road": instability, instability, loss of integrity, family, status in existence. However, along with the traditional understanding of the types of hero-traveler and hero belonging to the world of home, they are given a new understanding in the work of I. A. Bunin: both heroes want to find a sense of fulfillment, completion. Therefore, the two opposite types eventually unite under the influence of forces from above. Their unifying principle is love. However, this is only possible for a moment. Thus, understanding the types of characters depicted in "Dark alleys" helps to understand the key, philosophical problems of the cycle-love, happiness, life.

Keyword: I. A. Bunin, "Dark alleys", art cycle, hero, road, house, image, motif, symbolism, metaphors.

Пространственная организация в цикле И.А. Бунина «Тёмные аллеи» занимает важное место в понимании художественного мира произведений [11, с. 255 - 260; 9, с. 182; 10, с. 240]. В частности, мотив дороги и образ дома можно обнаружить в абсолютном большинстве рассказов. Они появляются в тексте неоднократно и имеют непосредственную связь с сюжетной линией повествования. В цикле важную роль в понимании

пространственной организации произведений играют и герои, которые самоопределяются в пространстве дороги и дома. О связи типов героев с художественным пространством писал Ю. М. Лотман: «Поскольку, как мы отмечали, художественное пространство становится формальной системой для построения различных, в том числе и этических, моделей, возникает возможность моральной характеристики литературных персонажей через соответствующий им тип художественного пространства, которое выступает уже как своеобразная двуплановая локально-этическая метафора» [5, с. 251 - 292].

В цикле И. А. Бунина «Тёмные аллеи» мы выделяем два типа героев: герой «дороги», «пути» и герой, принадлежащий миру дома. Это два типа героев, каждый из которых обладает комплексом устойчивых характеристик.

Героем «дороги» обычно становится мужчина («Тёмные аллеи», «Холодная осень», «Поздний час», «Ночлег»), хотя иногда это может быть и женщина – яркий пример тому главная героиня рассказа «Муза». Вообще, образ героя, находящегося в движении, имеет многовековую традицию. Так, в мифах, эпосе, сказках герой-путник – тот, кто преодолевает препятствия: «на пути героя — тревоги, опасности, риск, сомнения» [3, с. 174]. В древнерусской литературе мы можем увидеть жанр хождения («Хождение игумена Даниила из Земли русской», «Хождение за три моря Афанасия Никитина»). Далее традиция продолжает своё развитие и в 18-19 веках: «Путешествие из Петербурга в Москву» А. Н. Радищева, «Письма русского путешественника» Н. М. Карамзина и т.д. Лейтмотивом идёт дорога и в произведениях А. С. Пушкина («Метель», «Капитанская дочка»), М. Ю. Лермонтова («Герой нашего времени»), А. С. Грибоедова («Горе от ума»), И. С. Тургенева («Отцы и дети») и др. В 19 веке формируется новый тип такого героя – байронический: «...это личность независимая, индивидуалистичная, эгоистичная, разочарованная, одинокая, скитающаяся, бунтующая, таинственная, мятущаяся, гордая, мрачная, задумчивая, вызывающая страх в окружающих, страдающая, страстная» [8, с. 82 - 85]. Такие герои противопоставлены устойчивому образу жизни, быту. Для Бунинского героя дороги характерно именно такое мировосприятие.

Женский образ, напротив, чаще примыкает к полюсу дома («Поздний час», «Баллада», «Степа»). Ю.М. Лотман выделяет три стереотипа женских образов в русской культуре, которые «вошли в девичьи идеалы и реальные женские биографии». Первый – это образ «нежно любящей женщины, жизнь чувства которой разбиты», второй – «демонический характер, смело разрушающий все условности созданного мужчинами мира», «третий типический литературно-бытовой образ – женщина-героиня. Характерная черта – включенность в ситуацию противопоставления героизма женщины и духовной слабости мужчины» [4]. Ближе к Бунинскому пониманию образа женщины стоит выделенный Лотманом тип «традиционной» женщины: это, прежде всего – хозяйки, «домоводки», которые в первую очередь должны нести основную тяжесть домашних забот, связанных с воспитанием детей, ведением домашнего хозяйства, сохранением домашнего очага. Это тот тип, который веками складывался на основе «Домостроя», призывающего женщину строить дом изнутри: терпением, добротой, радушием, хлебосольством, «болезной» заботой о ближних своих. [1, с. 118-119] Мы видим, что образ «традиционной» женщины примыкает к пространству дома, находится в тесной связи с ним. Поэтому тип героини в цикле «Тёмные аллеи» мы будем рассматривать в связи с пространством дома, за исключением случаев, где героиня приближается к типу героя – путника.

Наглядно представлены типы «путника» и «домашнего» героя в рассказе «Речной трактир». В тексте повествование делится на два плана: настоящее и прошлое, представленное в воспоминаниях рассказчика. Такое дробление мира позволяет проследить мироощущение героя, отношение к окружающему миру, к людям, к любви на разных этапах жизненного пути. Интересно, что, когда герой начинает свой рассказ, он как бы говорит о другом человеке: «шёл однажды по улицам одного приволжского города некий довольно молодой врач», и только после этого добавляет: «то есть, попросту говоря, я самый». Таким образом, уже на начальном этапе происходит разграничение «я» в прошлом,

и «я» в настоящем. «Я» в прошлом – герой пути, носитель мотивного комплекса дороги. Он переходит с места на место, ему ещё не знакомо чувство любви – это подтверждается лексемами «кажется несколько странным», «почему-то» и пр. Он сидит в речном кабаке, «в очень дорогом, кстати сказать, известном своими купеческими ночными кутежами, нередко тысячными», словно сейчас в «Праге» (ср. «В «Праге» сверкали люстры, играл среди обеденного шума и говора струнный португальский оркестр, не было ни одного свободного места»). Таким образом, уже на уровне пространства воссоздаётся картина прошлого. Вспыхнувшие чувства к героине описываются как нечто ирреальное, «бессознательное». Первая и все последующие встречи героев описываются как случай: «случайно поднимаю я глаза», «странно было», «вдруг вздумалось», «бог ведаёт: словно руководило мной что-то». Так, возникшее свыше чувство любви изменяет взгляд главного героя: в кабаке, в котором часто проводил он свободное время, ему становится «скучно», он думает о Волге. С одной стороны, река – один из вариантов пути, с другой этот образ восходит к древнему архетипу воды: «первоначало, исходное состояние всего сущего» [2, с. 198]. Для героя, таким образом, меняется сам статус мира – из конкретно-обозримого, его взгляд на жизнь превращается во всеобъемлющий, охватывающий все временные пласты (ср. «до чего в самом деле ни с чем не сравнимая эта самая наша Русь!»), переходящий в статус вечного, бытийного. Такое мировоззрение характерно для героини, примыкающей к полюсу дома. Наиболее полное определение функций дома в литературном произведении даёт В.С. Непомнящий: «Дом — жилище, убежище, область покоя и воли, независимость, неприкосновенность. Дом - очаг, семья, женщина, любовь, продолжение рода, постоянство и ритм упорядоченной жизни, "медленные труды". Дом — традиция, преемственность, отечество, нация, народ, история. Дом, "родное пепелище" - основа "самостоянья", человечности человека, "залог величия его", осмысленности и неодинокости существования. Понятие сакральное, онтологическое, величественное и спокойное; символ единого, целостного большого бытия» [7, с. 59]. Героиня лишь внешне близка миру цивилизации, лишённого ценностей «дома»: рассказчик видит её в «похабном месте», у неё красивая одежда и светский муж – «я узнал в нём одного моего знакомого, промотавшегося помещика, пьяницу, развратника, бывшего гусарского поручика, выгнанного из полка». Но внутренне героиня совсем другая, и поэтому она ходит в церковь, даже когда там нет важных служб, и смотрит на алтарь «настойчиво молящим взглядом, каким люди просят божьей помощи в большом горе или в горячем желании чего-нибудь», словно прося у Бога прощения за всё, что с ней происходит. Неслучайно она плачет и оправдывается, когда рассказчик выводит её из зала. Сам же рассказчик, бывший некогда таким же как муж героини, меняется с приходом в его жизнь возлюбленной, и понимает он это только сейчас, спустя 20 лет, сидя в «Праге», но внутренне совсем иной, чем его друзья и остальные посетители трактира. «Я» настоящий понимает, что в то время он был счастлив, и что сейчас остаются лишь воспоминания о том времени: «ото всего остаются в душе жестокие следы, то есть воспоминания, которые особенно жестоки, мучительны, если вспоминается что-нибудь счастливое».

Таким образом, в рассказе «Речной трактир», как и во всём цикле «Тёмные аллеи», наблюдается тенденция к изображению двух типов героев: герой дороги, пути и герой, принадлежащий к миру домашнему. Бунинский герой «дороги» не обладает устойчивостью, стабильностью в мире, ему не присущи ценности героя, примыкающего к полюсу «дома» (традиции, любовь, стабильность, духовность, вечность). Однако два названных типа, хотя и принадлежат к противоположным мирам, соединяются под действием ирреальных сил: случайности, божественной воли и т.п. Оба героя пытаются обрести чувство наполненности, завершённости, счастья. Вместе с тем в цикле это становится возможным лишь на короткий промежуток времени – отсюда и трагичность любви и человеческой жизни. Это время для героев становится главным и самым ценным в их жизни, в дальнейшем оно сохраняется в памяти, в воспоминаниях.

Литература и источники

1. Ванчуков В. Женщины в философии: Из истории России XIX - XX веков. - М, 1996. – 118-119 с.
2. Иванов В. В. Вода // Мифы народов мира. Энциклопедия: В 2 т. – 2-е изд. – М.: Сов. энциклопедия, 1994. – 198 с.
3. Каменская, Л. Я. Тема пути в русской литературе. – М.: Просвещение, 1994. – 174 с.
4. Лотман Ю. М. Беседы о русской культуре: быт и традиции русского дворянства (XVIII - начало XIX века). – СПб., 1994.
5. Лотман Ю. М. Художественное пространство в прозе Гоголя. // Лотман Ю.М. В школе поэтического слова: Пушкин. Лермонтов. Гоголь. М.: Просвещение, 1988. – С. 251-292.
6. Мороз В. В., Рыманович С. Н. Концепт «дом»: историко-философские и культурфилософские основания. Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. – 2014. – № 2 (30). – 59 с.
7. Непомнящий В. С. Да ведают потомки православных. Пушкин. Россия. Мы. – М.: Сестричество во имя преподобномученицы великой княгини Екатерины, 2001. – 59 с.
8. Таврина А.М. Образ байронического героя в русской романтической повести 30-х годов XIX века / А.М.Таврина // Ученые записки Петрозаводского государственного университета. – №3 (132). – Петрозаводск, 2013. – С. 82-85.
9. Федотова В. В. Поэтика дневниковой прозы И. А. Бунина : дис. ... канд. филол. наук: 10.01.01/Федотова Валентина Владимировна. – Казань, 2010. – 182 с.
10. Штерн М. С. В поисках утраченной гармонии: Проза И. А. Бунина 1930-1940-х гг. / М. С. Штерн; [Науч. ред. Н. В. Барковская] ; Ом. гос. пед. ун-т. – Омск : Изд-во ОмГПУ, 1997. – 240 с.
11. Щербицкая И. В. Символизм пространства в цикле И. А. Бунина «Темные аллеи» // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – Т. 22 № 53. – СПб, 2007. – 255-260 с.

Научный руководитель - канд. филол. наук, доц. Калашикова А. Л., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 398

ТОПОНИМИЧЕСКИЕ ПРЕДАНИЯ О ПОСЕЛКЕ ЯЯ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Рузаева И. В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

ruzaeva-1988@mail.ru

В статье рассматривается этимология топонимов Кемеровской области на примере названия реки «Яя» с точки зрения типов номинации населенных пунктов, проводится анализ фольклорного топонимического материала, собранного посредством онлайн-опроса местных жителей. История заселения исследуемого топоса насчитывает не одно столетие, а сам топоним представляет собой контаминативный комплекс лексем нескольких народностей, исторически проживавших в изучаемой местности, и фольклорных легенд, созданных и передаваемых из поколения в поколение русскоязычным населением. Представленная работа посвящена осмыслению сюжетнообразующей основы топонимических преданий и этимологии названия реки в этнографическом контексте. Исследование народных преданий о возникновении топонима «Яя», показывает наличие единой сюжетной линии, демонстрирующей фольклорное переосмысление исторических событий в сказочной прозе Кемеровской области.

Ключевые слова: топонимика, фольклор, Кузбасс, Яя, географическое название, этимология, топонимические легенды и предания.

TOPONYMIC LEGENDS ABOUT THE VILLAGE OF YAYA, KEMEROVSK REGION

Ruzaeva I. V.

Kemerovo State University

The article discusses the etymology of toponyms of the Kemerovo region on the example of the name of the river "Yaya" in terms of types of nominations for settlements, analyzes the folklore toponymic material collected through an online survey of local residents. The history of the settlement of this area which has been going on for more than one century, and the toponym itself is a contaminative complex of terminology of several nationalities historically living in the study area, and folklore legends created and transmitted from generation to generation by the Russian-speaking population. The presented work is devoted to understanding the plot-forming canvas and etymology of the name of the river in question in an ethnographic context. A study of folk legends about the emergence of the toponym "Yaya", shows the existence of a single storyline that reflects the trail of real events in the folklore of the Kemerovo region

Key words: toponymy, folklore, Kuzbass, Yaya, geographical name, etymology, toponymic legends and traditions.

Проблема регионального исследования легенд и преданий весьма актуальна, поскольку именно локальные традиции являются источником формирования представлений о русском общенациональном фольклоре. Изучение традиций отдельно взятого региона, населенного пункта или района, отражает не только бытующие на данной территории жанры и их модификации, но и раскрывает динамику изменчивости традиций. Сибирь же представляет для исследователей народных легенд и преданий особый интерес. Т. Г. Леонова в одной из своих работ пишет об этом следующее: «В связи со спецификой заселения Сибири, смешанным характером ее населения при изучении регионального фольклора фольклора актуализуется проблема взаимодействия различных народных традиций» [1, с. 65].

Исследование фольклорных традиций нашей страны – один из путей осмысленного восприятия родной культуры, а понимание национальной ментальности, «русского духа», является необходимым звеном в воспитательной работе школьного учителя, будь то филолог, историк или географ. Работая с региональными топонимами на уроках русского языка, литературы, мировой художественной культуры, во внеклассной работе, учитель-словесник помогает учащимся овладеть ключевыми учебными умениями и навыками, способствует повышению интереса школьников к языку, а также к истории и культуре региона.

Топонимия каждого региона России уникальна и обособлена в силу своеобразного сочетания географических, исторических и лингвистических аспектов в её формировании. Топонимическая номенклатура Кузбасса представляет собой сложнейшее образование, собранное из разновековых и разноязычных элементов. Этнокультурная основа многообразия народностей региона нашла отражение уникальной многослойной специфике географической терминологии Кемеровской области.

Отличным примером может послужить река Яя, находящаяся на севере Кузбасса. Представим комплекс значений данного топонима:

«ЯЯ – 1) река, левый приток Чулыма /басс. Оби/. Есть два толкования происхождения гидронима: 1. Назв. образовано от мансийского Я – "река". Конечное – "Я" – рус. дополнение. Тогда Яя /из я/ – "река". 2. Топоним образован от тюркского ЯЙ – "летнее пастбище". Следовательно, Яя /из яй/ – "река, где есть летнее пастбище, летовка".

ЯЯ – 2) посёлок городского типа, ц. адм. р-на. Возник в 1897 г. как ж.-д. ст. на Великой Транссибирской магистрали. Расположен п. на р. Яе, по им. к-рой и назв.» [2, с. 215]

Из приведенной справки следует, что топоним берет свое начало из мансийского и тюркского языков, являясь гидронимическим названием, т. е., дословно: Яя - река, где есть летние пастбища.

Другое толкование происхождения топонима предлагает Е. И. Лутовинова: по-татарски «Яя» означает «грязь» [3, с. 7]. Яя находится в низине, и преимущественно имеет глинистые берега, и илистое дно, что делает воду мутной. По этой версии данный топоним имеет почвенно-грунтовое название и этнографический характер.

Названия большинства географических объектов получают объяснение в местных топонимических легендах и преданиях. Приведенный выше топоним не является исключением. Исходя из проведенного онлайн-опроса, уроженцы одноименного поселка, расположенного на одном из берегов реки Яя, передают из поколения в поколения несколько топонимических преданий, объясняющих его название.

В первом предании рассказывается о том, что из Томска вышли 2 землепроходца, они шли разными путями, и вдруг встретились у реки, один из них закричал: «Я открыл реку», второй закричал то же самое, так они и спорили, все время крича «Я! Я! Я!» Проходившие мимо путники решили что река называется Яя.

Согласно другому преданию, путешественники, спорившие на берегу реки, утонули в ней, и, по аналогии с первым сюжетом, проходившие мимо свидетели происшествия, слышавшие в обрывках речи: «Я! Я! Я!» - решили назвать реку «Яя», в память о двух первооткрывателях.

Приведенные выше легенды являются наиболее популярными, и практически общеизвестными среди жителей исследуемого населенного пункта. Но встречаются и менее известные предания, тем не менее, имеющие схожий сюжет. Например, уроженка поселка Яя Елена Ноздреватых рассказывает следующую легенду:

«А я от своей бабушки слышала вот какую историю происхождения названия нашей реки: сидели на берегу реки два рыбака, и затеяли между собой спор, кто больше наловил рыбы? Один рыбак говорит: «я наловил больше», а другой говорит: «нет, я наловил больше». Спорили они до самой темноты, и потом только поняли, что у них получилось название "Яя". Так они и прозвали эту реку, на берегу которой они спорили, а после них уже и остальные жители деревни начали ее так называть. Легенда это, или правда, я не знаю, друзья».

Показателем достоверности в данных топонимических легендах является общий фольклорный сюжет, выстроенный вокруг местоимения «я», что позволяет отнести его к классу антропотопонимов, так как оно произведено от личного местоимения. Очевидно, что приведенные топонимические толкования создаются в русскоязычной среде, поскольку для русскоговорящего человека сложно найти прямое объяснение столь необычному топониму в своем родном языке. Следуя этой логике, из повседневного словарного запаса местных жителей наиболее подходящим словом для трактовки названия реки стала лексема «я», ее удвоенное использование могло подойти для этой цели только в контексте экспрессивного восклицания, чем и обусловлен выбор ситуации спора двух персонажей в качестве сюжетобразующей концепции. В одном из вариантов данного предания присутствует трагический финал, который мог быть использован для усиления воздействия предания на слушателей, а сам топоним «Яя» приобретает мемориальное значение. Учитывая весьма характерный для народных преданий акцент на историческую достоверность рассказываемого, который повсеместно преобладает в сказочной прозе, являясь предметом изучения для многих исследователей [4], вполне допустимо предположить, что название реки несет на себе отпечаток реального события, которое, возможно, и не являлось причиной возникновения рассматриваемого топонима, но, вероятно, могло произойти вблизи данного географического объекта и сохраниться в народной памяти.

Примечательно, что название поселка, выделяя и указывая данный объект, позволяет определить его местоположение и прямое отношение к реке Яя. В данном случае, название

реки является исходным, или первичным. Это особенно важно в фольклорном освещении этимологии топонима, так как образ реки является важной мировоззренческой категорией, преобладающей как в физической сфере мироздания, так и в сакральной. Образ реки несет в себе сакральное значение как элемент языческого культа коренного населения Сибири, о котором еще в XVIII веке писал один из первых ее исследователей И. Э. Фишер [5, с. 8], и занимает одно из важнейших мест в обрядовых традициях как языческой, так и православной Руси, зачастую демонстрируя элементы двоеверия в народных традициях.

Название одноименного поселка, стоящего на берегу данной реки, является производным, или вторичным, как результат использования уже имеющегося наименования.

Таким образом, исследуемый топоним представляет собой яркий пример многовекового взаимодействия национальных фольклорных традиций, в которых отразились межъязыковые контакты пребывавших на данной территории этнических групп. Достоверно определить период образования данного топонима не представляется возможным, раскопки, проведенные учеными Томского университета, подтверждают, что начиная с периода неолита берега Яи населяли различные племена и народности.

Социально-экономический прогресс и этнолингвистические деформации в аспекте цифрового развития общества ведут к утрате фольклорного, и, в частности, топонимического наследия. Проблема становится наиболее значимой в наши дни, в связи с большим интересом широких кругов населения к вопросам сохранения региональной самобытности.

Топонимический материал является надежным этнографическим источником в исследованиях расселения народов, их этнических и межъязыковых связей, изучения процессов ассимиляции различных пластов коренного населения Сибири.

Литература и источники

1. Леонова, Т. Г. Проблемы изучения регионального фольклора: [монография] / Т. Г. Леонова ; М-во образования и науки РФ, Омский гос. пед. ун-т, Сибирский региональный вузовский центр по фольклору. – Омск : Амфора, 2014.
2. Шабалин, В. М. Тайны имен земли Кузнецкой: краткий топонимический словарь Кемеровской области : 3000 назв. / В. Шабалин ; Кемеровский обл. ин-т усовершен. учителей. – Кемерово : Кемеровский обл. ИУУ, 1994.
3. Лутовинова, Е. И. Русский фольклор Кузбасса. Пособие для учителей. / Е.Лутовинова // Кемерово: Кемеровское кн. изд-во. – 1993.
4. Калашникова, А. Л., Поселенова, Е. Ю. Христианские легенды и предания о храме святого Ильи пророка в контексте региональной паломнической культуры [Электронный ресурс] // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 6. – С. 1303. URL: <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=16295> (Дата обращения: 14. 03. 2020 21:34)
5. Фишер, И. Э. Сибирская история / [Электронный ресурс] – СПб., 1774. URL: <https://www.prlib.ru/item/365150> (Дата обращения: 07. 03. 2020 22:14)

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Калашникова А. Л., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 82

ОБРАЗ ДОМА В ДЕТСКИХ СТРАШНЫХ РАССКАЗАХ Шматкова Е.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
katerina.schmatkova@yandex.ru

Работа посвящена жанру страшилки в современном детском фольклоре, в частности образу дома в детских страшных рассказах. Автором был рассмотрен образ дома в страшилках, бытующих в среде детей от 9 до 12 лет, так как именно в этом возрасте дети чаще всего увлечены рассказыванием страшных историй. При анализе выявлено, что образ дома в детском страшном фольклоре тесно связан с темой семьи и может являться ее семантически равнозначной заменой. В статье предложена типология, составленная на основе функционирования образа дома в сюжетах страшилок. Разработанная нами типология опирается на то, что образ дома в детских страшных рассказах выполняет две основные функции: защитника героя-жертвы и его семьи или «портала» между «своим» и «чужим» миром. Рассмотрены характеристики и детали домашнего пространства, которые маркируют опасную комнату или опасный предмет, попавший в дом. Изучены частотные способы проникновения в дом антагониста. Проанализированы опасные места в доме, которые могут стать границей между «реальным» и «ирреальным» миром. В работе использовались исследования известных ученых-фольклористов и литературоведов – М.П. Чередниковой, А.К. Байбурина, С.М. Лойтера и других.

Ключевые слова: архетип, детский страшный рассказ, детский фольклор, образ, пространственно-временная сфера, устное народное творчество, фольклор.

THE IMAGE OF THE HOUSE IN CHILDREN'S HORROR STORIES

Shmatkova E.A.

Kemerovo State University

The work is devoted to the genre of scary stories in modern children's folklore, in particular the image of the house in children's scary stories. The author considered the image of a house in horror stories that exist among children from 9 to 12 years old, since it is at this age that children are most often passionate about telling scary stories. The analysis revealed that the image of the house in children's terrible folklore is closely related to the theme of the family and can be its semantically equivalent replacement. Based on the analysis, a typology is proposed based on the functioning of the image of the house in the stories of horror stories. The typology developed by us is based on the fact that the image of the house in children's scary stories fulfills two main functions: the protector of the victim hero and his family or the “portal” between the “own” and the “alien” world. The characteristics and details of the home space that mark a dangerous room or a dangerous object that has got into the house are considered. Frequency methods of penetration into the antagonist's house were studied. Dangerous places in the house that can become the boundary between the "real" and "unreal" world are analyzed. The study used the research of famous folklore scholars and literary scholars - MP Cherednikova, A.K. Bayburina, S.M. Loyter and others.

Key words: archetype, children's scary story, children's folklore, form, space-time sphere, folklore, the functions.

Детский фольклор – обширная область устного народного творчества. «Под этим термином обычно понимается самостоятельное детское творчество, произведения традиционной культуры взрослых, усвоенные детьми, и творчество взрослых для детей» [9, ст. 5].

Многие ученые обращались к изучению детского быта и фольклора (Ф. С. Капица, Т. М. Колядич [1], М. П. Чередникова [2], А. Н. Мартынова [9], С. М. Лойтер [6] др.). На данный момент собрано множество текстов детских страшилок, подробно описана обстановка рассказывания страшных историй, охарактеризованы самые популярные сюжеты, предпринята попытка их систематизации и типологизации, также особенности восприятия детских страшилок рассматриваются в психолингвистических исследованиях.

М. П. Чередникова в книге «Голос детства из дальней дали...» отмечает, что пространство в детских мифах всегда делится на «дом» и «не дом». Надежность таких границ связана с присутствием близких людей. Социальное пространство, в свою очередь, ограничено рамками семьи, которая представляется идеальной моделью миропорядка.

Дома ребенок может одновременно сосуществовать в двух реальностях – в привычном мире, где ребенка оберегают взрослые, и в собственном детском, воображаемом мире, где любая подозрительная деталь может напугать, причинить вред, например огромное черное пятно на стене или недавно купленная картина.

Образ дома в детском фольклоре является одним из центральных и значимых. Он является символическим отображением души и тела главного героя. Действие многих сказок, с которыми ребенок знакомится в раннем возрасте, связано с домом – «Зайкина избушка», «Три поросенка», «Волк и семеро козлят», «Три медведя» и т.д.

В традиционных русских народных сказках дом всегда выступает как модель мироздания. В славянской мифологии дом символически соотносится с образом мирового древа - «при закладке нового дома крестьяне на предназначенном для того месте прежде всего втыкают в землю или просто сажают с корешком какое-нибудь дикорастущее деревце...» [3]. «Деревце посреди сруба – это одновременно и центр будущего жилища, и центр мира» [4, ст. 73-75]. Дерево во многих мифологиях делит пространство на три части:

1. Нижнюю, которую можно связать с подземным, даже inferнальным миром – корень, подвал. Следует заметить, что во многих детских страшных рассказах антагонисты появляются в доме через подвал, что можно связать с двумя факторами. Во-первых, подвал является закрытым и мрачным местом. Во-вторых, подвал располагается под землей, что предполагает спуск в мир, который в детском воображении является опасным, чужим;

2. Центральную, предназначенную для человеческого быта – это ствол дерева, или то место, в котором обычно проживает человек;

3. Верхнюю часть, обращенную к нему – крона, труба или чердак. В детских страшных рассказах антагонисты могут проникать в мир героя-жертвы через чердак, так как это неизведанное место, склад ненужных вещей, таящих в себе опасность.

Исходя из всего вышесказанного, мы предлагаем свою типологию образа дома в детских страшных рассказах:

1. Дом – защитник.

Архетип дома – это образное представление и культурное выражение микро- и макрокосмоса человека. Дом является духовным храмом, символом единства семьи, представляет социальное устройство человека, иногда передает образ телесной и духовной жизни человека.

Дом неразрывно связан с семьей, два эти образа взаимодополняют друг друга. В детских страшных рассказах семья и дом являются единым целым. Когда одно отделено от другого, приходит опасность. Например, один из самых распространенных сюжетов в детских страшилках: родители уезжают из дома, оставляя детей с няней, после чего антагонист приходит в дом и убивает или пугает жертв – «Статуя ангела», «Няня».

В страшилке «Умная девочка» жертва остается в живых благодаря тому, что не открывает дверь своего дома антагонисту. Закрытая дверь не позволяет преодолеть пространство между безопасным миром и миром inferнальным. Подобное решение было принято героем-жертвой благодаря совету отца никогда не впускать в дом чужих людей. Таким образом, мы можем сделать вывод, что именно взаимосвязь между ребенком и родителем создает из обычного дома магическое, защищенное от вторжения inferнальных существ место.

Дом защищает героя-жертву только в том случае, если он не отделен от семьи и рода.

2. Дом – опасное место.

В большинстве анализируемых нами страшилок сам дом редко представляет опасность, обычно местом появления антагониста является отдельная комната или часть дома.

В опасной комнате всегда будут находиться определенные детали, которые сразу же позволят читателю или слушателю понять, что герой-жертва находится в «нехорошем» месте. Рассмотрим основные:

«Неправильные», пугающие цвета, нехарактерные для оформления домашнего пространства: красные обои, темные шторы, черные или зеленые пятна и так далее.

Подозрительные движения и звуки в комнате – скрип двери, шелест штор и многое другое.

Несоответствие «нормальности», неправильность некоторых объектов в комнате. Например, странная картина с жутким изображением, дыра в стене, пятно на полу. Если обращаться к необычным предметам, которые являются своеобразным «порталом», позволяющим inferнальным персонажам проникнуть в мир живых, то стоит заметить, что все они являются резко отличными от обычных бытовых предметов: атрибуты похорон, шприцы, грязные бинты, кости, пятна крови, погибшие растения, страшные куклы и так далее. Все эти предметы проникают в дом извне: обычно приносятся либо кем-то из родственников героя-жертвы, либо самим героем.

На опасность некоего предмета, находящегося в доме, читателю или слушателю будут намекать определенные слова-сигналы, являющиеся довольно стереотипными и встречающиеся почти в каждом ужастике – склизкий, мрачный, темный, вонючий, утробный, шепчущий, рычущий, могильный, заплесневелый, жуткий и пр.

Чужеродный предмет попадает в мир дома, преодолевая границу между двумя пространственно-временными сферами. Это приводит к изменению порядка вещей в сфере «дома», подобное нарушение является причиной страшных последствий – гибели кого-то из членов семьи или самого героя-жертвы.

Опасные вещи попадают в дом потому, что он не является строго замкнутой пространственно-временной сферой, он имеет свои «проходы», обычно это дверь, порог, случайно открытое окно и т.д. В последнее время распространяются сюжеты, в которых антагонист связывается с жертвой через телевизор, компьютер, радио, видеокамеру или телефон, что можно связать с изменением мира и восприятия человеком этого мира, с широким распространением информационных технологий, которые в текстах постфольклора осмысляются как потенциально опасные. Примеры таких страшилок: «Ночная запись», «Видеокассета», «Фото с телефона» и многие другие.

Исходя из вышесказанного, следует сделать вывод, что, несмотря на максимальную степень защищенности домашнего пространства, все же оно оказывается проницаемым для внешнего вредоносного воздействия. Часто опасный предмет попадает в комнату при помощи героя-жертвы, не соблюдающего советы взрослых. Например, в страшилке «Кукла в черном платье» дочь покупает куклу, пренебрегая указаниями матери. Похожий сюжет у страшилок «Кошелек», «Кукла с шестью пальцами» и т.д. Подобные ужастики чаще всего имеют нравоучительный характер: не бери чужие предметы, не перечь взрослым, не играй с опасными вещами, не общайся с неизвестными людьми. Однако иногда кто-то из взрослых приносит в дом опасный предмет. Например, бабушка в страшилке «Черная роза» покупает опасный цветок, несмотря на то, что внучка просит её не делать этого.

Границей между двумя указанными пространственно-временными сферами может быть зеркало. «Зеркало в большинстве случаев выступает как граница семиотической организации, образуя зазор между "нашим" и "чужим" мирами» [5].

Еще одной границей между «чужим» миром и миром дома можно назвать врата, появившиеся благодаря некому ритуалу, названному фольклористами «вызыванием». «Все рассказы о «вызываниях» - рассказы о детской магии – то есть о совокупности действий и слов, способны привести к сверхъестественному результату» [2, ст. 66]. Нередко проницаемая граница между своим и чужим миром в страшилках не существует изначально, а возникает в результате действий героев, совершающих обряд, ведущий к появлению зазора между мирами. В качестве такой границы может восприниматься предмет, с которым совершался ритуал (зеркало, доска «уиджи», которая в детских

рассказах может называться иначе), внезапно возникнувшая в воздухе дверь, «проход» и т.д. Ритуалы по вызову духов разнообразны, некоторые из них мы можем найти в довольно старых ужасниках. Придумывая страшилки, дети берут за основу сюжеты из кино, книг, ранее услышанных историй ужасов. Возможность вызова духов при помощи ритуала пришла из язычества, «вера в магическую силу слова и действия находит поддержку не только в психической природе ребенка, но и в культурном наследии, которое им осваивается, не случайно «вызывания» часто называют «гаданиями» [2, ст. 67].

Анализируя образ дома на основе уже известных нам народных традиций и верований, мы выяснили, что дом до сих пор является одной из самых устойчивых мифологем. В детском страшном фольклоре дом выполняет две функции – защитника и «портала» между миром живых и миром мертвых. Обе эти функции по-разному реализованы в детских страшилках.

Литература и источники

1. Русский детский фольклор / Ф. С. Капица, Т. М. Колядич. – М., 2017. – 316 с.
2. Чередникова М. П. Голос детства из дальней дали... / М. П. Чередникова, В. Ф. Шевченко. – М., «Лабиринт», 2002. – 224 с.
3. Завойко Г.К. Верования, обряды и обычаи великороссов Владимирской губ. – ЭО, 1914. – 178 с.
4. А.К. Байбурин. Жилище в обрядах и представлениях восточных славян. – М.: «Языки славянской культуры», 2005. – 73-75 с.
5. Зеркало. Семиотика зеркальности / Труды по знаковым системам [Редкол.: Ю.М. Лотман (отв.ред.) и др.] // З.Г.Минц. – ТГУ, 1988. – 165 с.
6. Лойтер С. М. Детские страшные истории («страшилки») / С. М. Лойтер // Русский школьный фольклор: от «вызываний» Пиковой дамы до семейных рассказов. – М., 1998. – 56-66 с.
7. Петрова М. Образ дома в фольклоре и мифе // Серия «Symposium», Эстетика сегодня: состояние, перспективы., Выпуск 1 / Материалы научной конференции. 20-21 октября 1999 г. Тезисы докладов и выступлений Санкт-Петербург. – СПб., «Санкт-Петербургское философское общество», 1999. – 59-61 с.
8. Славянская мифология. Энциклопедический словарь. Изд. 2-е / С. М. Толстая (ответственный редактор), Т. А. Агапкина, О. В. Белова, Л. Н. Виноградова, В. Я. Петрухин. – М., 2002. – 512 с.
9. Детский поэтический фольклор / А.Н.Мартынова, Б.Н.Путилов. – СПб., «Дмитрий Буланин», 1997. – 578 с.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Калашикова А.Л., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 82-21

АНТИНОМИЧНОСТЬ КАК ПРИНЦИП ПОЭТИКИ ПЬЕСЫ «ПИР ВО ВРЕМЯ ЧУМЫ» А. С. ПУШКИНА

Яровая А.О.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

filologalla@outlook.com

Работа посвящена интерпретации текста произведения А. С. Пушкина «Пир во время Чумы». В рассматриваемой пьесе выявляются пары образов, мотивов – различных аспектов поэтики – на первый взгляд противопоставленных: образы чумы и пира, образы света и тьмы, мотивы страха и веселья. Приводится интерпретация и доказательства того, что эти

пары образуют своеобразные отношения, которые следует называть антиномическими. Антиномии – это исключают друг друга, но при этом равно доказуемые явления. Названные пары образов в трагедии находятся именно в таком положении. В работе делается попытка осмысления противоречивой системы, то есть системы антиномий этого произведения на примере заглавия и элементов образной системы всего текста произведения.

Ключевые слова: Пушкин, трагедия, антиномии, поэтика, герменевтика.

THE ANTINOMY AS A PRINCIPLE OF POETICS THE PLAY "FEAST DURING THE PLAGUE" BY A. S. PUSHKIN

Yarovaya A.

Kemerovo State University

The work is devoted to the interpretation of the text of the work of A. S. Pushkin "Feast during the Plague." In the play under consideration, pairs of images, motives - various aspects of poetics - are identified at first glance opposed: images of plague and feast, images of light and darkness, motives of fear and fun. The interpretation and evidence that these pairs form a kind of relationship, which should be called antinomial, is given. Antinomies are mutually exclusive but equally provable phenomena. The named pairs of images in the tragedy are in this position. The work attempts to comprehend a contradictory system, that is, the system of antinomies of this work by the example of the title and elements of the figurative system of the entire text of the work.

Keywords: Pushkin, tragedy, antinomies, poetics, hermeneutics.

Антиномичность – сквозная, через всю пьесу проходящая особенность, поэтому изучение данного аспекта ведёт к целостному пониманию смысла трагедии. Среди исследователей пьесы Пушкина существуют различные точки зрения, предпринимаются попытки разграничения двух противоборствующих мировоззрений внутри трагедии, которые, к тому же, подвергаются моральной оценке с позиций «правильности» и «неправильности», то есть «положительности» и «отрицательности». Но на этот счёт есть и другое мнение, с которым невозможно не согласиться. Это замечание Ю. М. Лотмана: «Пушкин преодолел разделение героев на «положительных» и «отрицательных».

Новизна данного исследования заключается в применении термина «антиномичность» и подробном изучении данного аспекта, так как хотя термин ранее никем не применялся, суть была затронута некоторыми исследователями, однако аспект был изучен недостаточно полно.

Цель исследования: раскрыть своеобразие антиномического плана трагедии, изучить художественную функцию антиномий.

В заглавии «Пир во время Чумы» мы видим два противопоставленных элемента: Пир и Чума. Но характер их взаимоотношений не исчерпывается противопоставленностью. Антиномичность заключается не только в антитезе Пир – Чума. Это лишь внешняя ее составляющая, сравнительно просто улавливаемая. Главная антиномия заключается в том, что мы можем доказать не только их противопоставленность, но и их при этом связанность, соединенность, взаимообусловленность. Отражение антиномичности образов в пьесе можем наблюдать в гимне Председателя, в котором происходит не противопоставление, а соединение мрака и света:

- Изначальная мотивировка – «светлая» (сам жанр гимна не предполагает чего-то мрачного);

- Время создания связано с ночным мраком;

- Посвящён гимн Чуме, то есть мраку, так как чума – символ смерти, печали, могильной тьмы;

- Исполняется на пиру, который связан со светом, жизнью и не несёт мрачной цели. Наоборот, исполнение направлено на поднятие духа пирующих.

Важно, что пиршество – это образ тьмы забвения, некое помрачение ума, в целом *безумия*, вызванного страхом. Между тем кладбище – это мемориальная (памятная) зона. Получается, что мрачный траур соединяется со светом памяти об усопших.

Сам пир изначально даётся как двойко толкуемое явление, соединяющее «светлое» и «тёмное» начала. Пир – алкогольное возлияние, которое в минуты скорби приравнивается к кощунственному действию. «Пир, развернувшийся среди горя и мольбы, бесспорно, есть знак присутствия бесовских сил, констатация факта превосходства тьмы над светом, а участники пира – носители и выразители идеи безнравственного и кощунственного глумления над смертью близких, попирающие все моральные законы, позволяющие себе веселиться в мире, где кругом «мёртвая тишина» [2, с. 1]. С другой стороны, пир – образ, выражающий союз, единение и даже спасение от чумы и смерти. И получается, что, с одной стороны, пир – явление света, т. к. поднимает дух обречённых на смерть, согревает вином тела, а также души, измученные страхом смерти, а с другой стороны, как замечает священник, – это торжество самого дьявола, за которым наблюдают с небес умершие близкие пирующих, скорбящие об утрате нравственности оставленных в миру родных людей.

Образ огня в камине объединяет семантику тепла и света. Зимние холод и тьма зарождают свет каминов и жар пиров – происходит соединение мрака и света. Это соединение – необходимость. Холод естественен и неизбежен, это происходит каждый год. Это соединение – суть самой жизни. Без зимнего мрака и холода не было бы жара камина и пира, не стало бы тепло и весело. Свет порождён именно зимним мраком. Мрак и свет не могут быть друг без друга. Одно царство сменяется другим, одно явление порождает другое: заход солнца порождает огонь камина, зимняя стужа и Чума (которые сравниваются Председателем) приводят к веселью пира.

Страх и веселье в трагедии противопоставлены так же, как противопоставлены Чума и Пир, и связаны с ними соответственно: страх – это страх перед Чумой и смертью, а веселье – это пиршественное веселье. Смерть не может не вызывать страх, а пир априори веселое застолье.

Антиномичность страха и веселья раскрывается, например, через образ Молодого человека: страх и веселье явно противопоставлены для него. Одно способно подавить другое. Он использует безумие веселья, чтобы нейтрализовать страх, уйти от него, а страх, в свою очередь, продолжает наступать и как бы заставляет выйти из потока безумного веселья, из забытья, в которое стремиться впасть Молодой человек, забыв о происходящем. В итоге ни то, ни другое не побеждает в порывах героя – в этом и заключается антиномичность страха и веселья.

Литература и источники

1. Айхенвальд А. Ю. Силуэты русских писателей. Книга I / Пушкин. М., 2017.
2. Александрова Е. Г. «Председатель – священник». Нравственно-философский диалог героев трагедии А.С. Пушкина «Пир во время чумы» / Научный журнал КубГАУ, № 59 (05), 2010
3. Кржижановский С. Д. Поэтика заглавий. М., 1931
4. Лотман Ю. М. Из размышлений над творческой эволюцией Пушкина (1830 год) // Лотман Ю. М. Избранные статьи: В 3 т. Т. 2. Таллинн, 1992.
5. Тюпа В. И. Произведение и его имя // Литературный текст: проблемы и методы исследования. М., 2000.

6. Тюпа В. И. Новаторство авторского сознания в цикле «Маленьких трагедий» Текст. / В. И. Тюпа // Болдинские чтения. Горький: Волго-Вят. кн. изд-во, 1987.
7. Устюжанин Д. Н. Маленькие трагедии. М.: ГИХЛ, 1974.
8. Фуксон Л. Ю. Чтение. Кемерово, 2007.
9. Фуксон Л. Ю. Типология эстетических ценностей и трагическое с точки зрения аксиологии // Миргород. 2017, № 2 (10).

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Фуксон Л. Ю.. ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 81-139

КИТАЙСКИЕ ЗАГАДКИ КАК СПОСОБ ПОЗНАНИЯ МИРА (НА МАТЕРИАЛЕ ДЕТСКОЙ РЕЧИ)

Аксиненко Е. А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
liza.aksi@mail.ru

Данное исследование выполнено в русле лингвокультурологии и онтолингвистики. В статье рассматриваются загадки как результат лингвокреативной деятельности детей дошкольного возраста – представителей китайской лингвокультуры. Цель исследования заключается в выявлении роли загадок в формировании и отражении мировидения детей-дошкольников. Показано, что дети с ранних лет находятся под влиянием культуры, места, где родились и воспитываются. Языковая картина мира китайских детей была рассмотрена на материале загадок, так как именно они совместили в себе многие черты других жанров фольклора. В работе представлен опыт классификации собранных загадок. Результаты исследования позволяют выявить универсальные и национально-культурные черты языковой картины мира китайских детей.

Ключевые слова: познание мира, картина мира, культура, язык, лингвокультурология, загадки, детская речь.

CHINESE RIDDLES AS THE WAY TO PERCEIVE THE WORLD (BASED ON CHILD SPEECH MATERIAL)

Axinenko E. A.

Kemerovo State University

This research is carried out in the framework of linguoculturology and ontolinguistics. The article deals with riddles as a result of linguistic and creative activity of preschool age children - representatives of Chinese lingoculture. The purpose of research is to reveal a role of riddles in formation and reflection of world outlook of preschool children. It is shown that children from an early age are influenced by the culture, places where they were born and are brought up. The linguistic picture of the world of Chinese children was examined on the basis of riddles, as they combined many features of other genres of folklore. In work experience of classification of the collected riddles is presented. Results of research allow to reveal universal and national-cultural features of a language picture of the world of Chinese children.

Key words: world cognition, world picture, culture, language, linguoculturology, riddles, children's speech.

Лингвокультурология – это молодая научная дисциплина, которая появилась в последней четверти XX века. Она изучает вопросы, связанные со взаимодействием человека, его сознания, языка и культуры. Эта наука позволяет узнать культурные и языковые особенности своего и чужого народа. Каждый человек рождается в определенной культуре. Благодаря культуре формируется его мировоззрение, характер, поведение и даже язык. Под культурой стоит понимать «своеобразную историческую память народа» [1, с. 226], «специфический способ бытия человека, основанный на организации, хранении опыта и обеспечивающий понимание мира людьми и их жизнедеятельность» [2, с. 47]. «Предметом

исследования этой науки являются единицы языка, которые приобрели символическое, эталонное, образно-метафорическое значение, зафиксированные в мифах, легендах, ритуалах, обрядах, фольклорных и религиозных дискурсах» [3, с. 11].

В. П. Аникин дает следующее определение загадке: «Загадка – замысловатый вопрос, выражаемый обычно в форме метафоры» [4, с. 243]. В прежние времена загадки играли более важную роль, чем сейчас. Раньше загадки являлись элементами культовых обрядов, мифов и легенд. «Загадка в древности служила культу, являясь раскрытием религиозной тайны» [Там же, с. 244]. В древности загадка имела некий магический характер, сейчас же загадка представляет собой развлекательный и образовательный элемент фольклора. «В детских играх применяется в образовательных целях» [Там же, с. 245]. М. А. Рыбникова раскрывает природу загадки, рассматривает ее как форму мировосприятия: «...загадка, давая конкретный предмет, опознает его в происхождении, в его назначении и в диалектике его жизни. Загадка играет соединением предметов, их взаимодействием, соотношением» [5, с. 22].

Языковая картина мира, будучи индивидуальной у каждого народа, помогает закрепить нормы поведения человека в обществе и сформировать его отношение к миру. «В этом и проявляется специфически человеческое восприятие мира, зафиксированное в языке» [6].

В настоящее время сущность и особенности детской речи рассматриваются в рамках оттолингвистики. Оттолингвистика – молодая научная дисциплина, которая только в последней четверти прошлого века получила свое развитие. Учёных, работающих в области оттолингвистики, интересуют вопросы становления языковой / речевой способности детей и их лингвокреативной деятельности. У детей в дошкольный период формируется языковая картина мира. Изучение речи детей позволяет увидеть особенности их мышления, закономерности их познавательной деятельности.

Цель исследования заключается в выявлении роли загадок в формировании и отражении мировидения детей дошкольного возраста. В качестве материала исследования выступают 70 загадок, сочиненных китайскими детьми.

Объект исследования – китайские загадки как способ познания мира.

Предмет исследования – тематическое своеобразие китайских загадок в детской речи и способы их создания, обусловленные особенностями познавательной деятельности детей.

Ход исследования включает три этапа:

- 1) распределение собранных загадок по классификации В. П. Аникина;
- 2) выделение и анализ приемов, которые используются детьми при создании загадок;
- 3) выявление особенностей языковой картины мира детей – создателей загадок.

Чтобы понять своеобразие китайской языковой картины мира, мы обратились к монографии Тань Аошуан «Китайская картина мира» (2004). Автор этой работы предпринял попытку частично проанализировать семантические и ассоциативные поля китайского языка. Тань Аошуан обнаружила смешение интеллектуального и эмоционального начал в китайской картине мира. Также специалист в области китайского языкознания в ходе исследования выявляет феномен «раздвоения и растроения личности в современной художественной литературе благодаря нестандартному использованию местоимений» [7, с. 125]

Мы замечаем, что китайская картина мира выстроена по этическим идеалам конфуцианцев, которые связаны с менталитетом Срединного пути. Китайская картина мира предполагает прекращение страдания, путь к идеальному, прекрасному, возвышенному посредством мудрости, нравственных аспектов и духовности. Человек старается уйти от критичных противоположных установок и попытаться найти «золотую» середину в этом мире.

Несмотря на то, что картина мира, отраженная в каждом языке, отличается своими тонкостями и особенностями, современный мир все больше сближает культуры, тем самым интегрирует нации и языковые картины мира.

Одно из первых знакомств ребенка с миром и языком происходит посредством изучения фольклора, который дает контакт с другими детьми, общение с взрослыми людьми, играет большую роль во всестороннем познании мира ребенком. А наиболее интересным жанром фольклора для малышей становится загадка, которая позволяет развить мышление, логику, память и смекалку. Загадка – это задача, представленная в краткой форме, которую нужно решить, своего рода испытание.

Загадки выполняют познавательную, развивающую и развлекательную функции. Они побуждают ребенка быть более внимательным. Сама форма загадки делает обучение интересной и увлекательной игрой, которая позволяет тренировать ребенка в использовании различных языковых средств и языковых конструкций.

5. В Китае довольно популярны загадки как вид фольклора. Китайские загадки охватывают разные темы, касающиеся жизни человека. Китайский ученый Шэнь Цзян в своей работе говорит, что «загадка – это единственный жанр фольклора, который посвящен незначительным, но постоянно присутствующим в жизни человека предметам и явлениям» [8, с. 37].

6. Существует несколько классификаций загадок на основе различных признаков. В данной статье мы будем опираться на классификацию, которую разработал В. П. Аникин [4].

По этой классификации загадки группируются по форме и приемам создания образа загадываемого предмета / явления. Исследователь выделяет следующие разновидности загадок:

- 1) описательные;
- 2) олицетворение;
- 3) диалог;
- 4) речь от первого лица;
- 5) вопрос;
- 6) омонимия.

Среди собранных нами загадок мы обнаружили следующие группы, которые отличаются количественным составом.

1) Описательные (44 загадки)

Примеры:

身体有圆也有方，常在铅笔盒里装，要是写错一个字，它会马上来帮忙。（打一文具）

【谜底】橡皮。

Его тело может быть круглым или квадратным, часто это лежит в пенале. Если вы напишите не то слово, оно немедленно придет на помощь. Ответ: стирательная резинка.

По форме образования мы можем отнести эту загадку к описательным, так как ребенок через описание резинки знакомит слушающего с ее формой, уточняет, где обычно находится этот предмет и для чего он нужен.

2) Олицетворение (5 загадок)

问题: 头大尾巴长，早晚睡厨房.不吃米和菜，喝汤它先尝.答案: 汤勺

Длинные хвост и голова, рано или поздно спит на кухне. Не ешьте рис и овощи, попробуйте сначала этим пить суп. Ответ: ложка.

Приведенные загадки построены с помощью приема олицетворения, который позволяет детям соотносить неживое через живое.

3) Вопрос (6 загадок)

7. 为什么有家医院从不给人看病？(答案：兽医院)

8. 为什么这家医院从来不给人看病？(答案：兽医医院)

Ответ: больница для животных, ветеринарная клиника.

9. В данном примере есть явный вопрос, который выделяется на письме знаком препинания.

4) Метонимия (15 загадок)

十个客人十间屋·冷了进去暖了出。(打一物)【答案】:手套.

10. Десять комнат на десять гостей, они замерзли, а теперь согрелись.
Ответ: перчатки.

11. По классификации В. П. Аникина эту загадку можно определить как метонимию, так как здесь виден перенос наименования с одного предмета на другой на основе их смежности.

12. Анализ речетворческого материала детей показал, что по количеству преобладают описательные загадки, поскольку дети воспринимают реалии через их характерные признаки (цвет, размер, форма и т. п.). Дошкольникам легче использовать сравнение для того, чтобы описать загадываемый предмет или явление. В языковой картине мира детей главное место занимают люди и предметы, которые и становятся объектом загадывания. В каждой загадке ребёнок отражает свои знания и представления о мире, который его окружает.

13. Мы заметили, что тематика загадок связана с особенностями жизни ребенка и окружающего его социума. Одна и та же отгадка может быть загадана совершенно по-разному двумя детьми, потому что у каждого из них имеется свой лингвокогнитивный опыт. Также следует отметить, что китайские дошкольники любят использовать эпитеты в своих загадках, чтобы передать характерные признаки загадываемого предмета в образной форме.

Литература и источники

1. Телия, В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1996. – 288 с.

2. Проскурина, А. В. Внутренняя форма словообразовательного типа «С + -ин(а)» (на материале русских народных говоров): дисс. на соиск. уч. ст. канд. филол. наук: 10.02.01 / А. В. Проскурина. – Кемерово, 2008. – 281 с.

3. Маслова, В. А. Лингвокультурология: учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / В. А. Маслова; отв. ред. У. М. Бахтикиреева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во Юрайт, 2018. – 208 с.

4. Аникин, В. П. Русские народные пословицы, поговорки, загадки и детский фольклор / В. П. Аникин. – М.: Учпедгиз, 1957. – 240 с.

5. Рыбникова, М. А. Русские пословицы и поговорки / М. А. Рыбникова. – М. – Л.: Academia, 1932. – 479 с.

6. Забеднова, И. П. Язык, культура, лингвокультура как семиотические системы. Их взаимозависимость и взаимопроникновение / И. П. Забеднова // Режим доступа: <http://lib.convdocs.org/docs/index-299737.html> (дата обращения: 04.03.2020).

7. Тань Аошуан Китайская картин мира: Язык, культура, ментальность / Тань Аошуан. – М.: Язык славянско культуры, 2004. – 240 с.

8. Шэнь Цзянь 谚 / Цзянь Шэнь. – Пекин: Изд-во учебного центра, 2000. – 37 с.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Проскурина А. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 811.581

БИОНИМ «ЗМЕЯ» В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ: ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Беднякова Т.В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

Данное исследование включается в актуальную научную парадигму, связанную с изучением обыденного метаязыкового сознания, рассматриваемого в сопоставительном аспекте. Специфику исследования определяет и его вовлечение в проблематику когнитивной лингвистики, которая нацелена на изучение языковой картины мира, описании того, как в языке отражается национальный менталитет того или иного этноса. Основанное на материалах ассоциативного эксперимента, проведенного в русскоязычной и китайской аудитории, данная работа выявляет черты сходства и различия при восприятии бионима «змея». Ассоциативный портрет бионима «змея», представленный в речи разноязычных информантов, обнаруживает его универсальные характеристики. Установлено, что представители обеих лингвокультур расценивают змею как животное, пресмыкающееся, хладнокровное, то есть при восприятии слова осуществляется родовая идентификация этого бионима. Русскоязычные и китайские респонденты оценивают змею как животное, представляющее опасность, внушающее страх, поскольку оно ядовито. Представители обеих лингвокультур воспринимают змею как животное, которое отличается коварством, жестокостью. В ассоциативных полях широко представлен аксиологический компонент: змея вызывает у русскоязычных и китайских респондентов чувство неприязни и гадливости. Различия обнаруживаются на уровне прецедентных текстов, фиксирующих те или иные особенности животного и возникающего на основе метафорического переноса антропонима.

Ключевые слова: бионим, змея, обыденное познание, лингвокультура, языковая картина мира, русский язык, китайский язык.

BIONYM «SNAKE» IN RUSSIAN AND CHINESE LANGUAGES: LINGUOCULTURAL ASPECT

Bednyakova T.V.

Kemerovo State University

This study is included in the current scientific paradigm associated with the study of everyday metalanguage consciousness, considered in a comparative aspect. The specifics of the study are also determined by its involvement in the perspectives of cognitive linguistics, which is aimed at studying the linguistic picture of the world, description how the national mentality of a particular ethnic group is reflected in the language. Based on the materials of an associative experiment conducted in a Russian-speaking and Chinese audience, this work reveals similarities and differences in the perception of the “snake” bionym. The associative portrait of the “snake” bionym, presented in the speech of multilingual informants, reveals its universal characteristics. It was established that representatives of both linguistic cultures regard the snake as an animal, reptile, cold-blooded, that is, when the word is perceived, the generic identification of this bionym is carried out. Russian-speaking and Chinese respondents rate the snake as an animal, representing danger, inspiring fear, because it is poisonous. Representatives of both linguistic cultures perceive the snake as an animal that is distinguished by insidiousness, cruelty. The axiological component is widely represented in associative fields: the snake evokes a feeling of hostility and disgust among Russian-speaking and Chinese respondents. Differences are found at the level of precedent texts, fixing certain animal features and arising on the basis of a metaphorical transfer of an anthroponym.

Key words: bionym, snake, everyday knowledge, linguistic culture, linguistic picture of the world, Russian, Chinese.

Одной из основных проблем современной лингвистики является проблема изучения языковой картины мира. Языковая картина мира – это языковые реалии, отраженные в

категориях языка, представления разных лингвокультур о строении своего языка и процессах его взаимодействия, иными словами изображение, того, каким образом в языке отражается мир, каким образом существует язык внутри языкового коллектива. Особую значимость для изучения языковой картины мира представляют лингвокультурологические исследования, выдвигающие идею об особой роли языка в формировании картины мира, рассматривающие соотношение языка, менталитета и языковой картины мира. Это работы В. фон Гумбольдта, Л. Вайсгербера, Л. Витгенштейна, Э. Сепира, Б. Уорфа, Э. Кассирера, В. Н. Топорова, Н. И. Жинкина, Г. В. Колшанского, А. Вежбицкой и других известных лингвистов.

Исследование языка с позиций когнитивной лингвистики позволяет выявить специфику национального менталитета, поскольку язык отражает жизнь народа, но в то же время формирует самосознание этноса.

Цель настоящего исследования – выявить возможные различия и сходства в семантике бионима в русской и китайской лингвокультурах, на основании полученных результатов установить, есть ли особое символическое значения бионима «змея» в данных лингвокультурах и какие особенности национального менталитета отражают ассоциативные поля бионима «змея» в обозначенных языках. Предпринимаемое исследование выполнено в русле лексикографического проекта «Опыт разноязычного словаря обыденной семантики бионимов», разрабатываемого международным коллективом ученых под руководством профессора Н. Д. Голева [1; 2; 3; 4].

Фактологическую базу исследования составили материалы анкетного опроса 100 респондентов (50 русских и 50 китайцев). Данные материалы получены в ходе ассоциативного эксперимента, проведенного среди носителей русского и китайского языков. В опросе принимали участие люди разных возрастов, разного уровня образования, женского и мужского пола.

Информантам предлагалось четыре задания:

- 1) назовите первое пришедшее вам на ум слово, после того как вы услышали или прочитали слово «змея»;
- 2) что обозначает данное слово (задание представлялось в форме типа змея – это...);
- 3) заполните пропуск в предложениях типа он, она, они..., как змея/змеи;
- 4) напишите фразу с данным словом, которая сразу приходит вам на ум.

Задания предъявлялись респондентам на их родном языке. Метаязыком описания послужил русский язык, на который переводились результаты, полученные в ходе опроса на других языках. На четыре типа заданий получено разное количество ответов, поскольку испытуемые могли фиксировать несколько реакций в рамках одного задания. При исследовании фиксировались все ответы.

Известно, что животные играют немаловажную роль в жизни человека. Еще в древности люди стали замечать, что животные во многом схожи с людьми и стали приписывать каждому животному определенные качества, которые отражали бы его характерную черту. Использование названий животных в качестве отличительной особенности позволяет с помощью одного слова охарактеризовать ряд качеств, присущих человеку. Образы животных в разных культурах имеют свою специфику. Разные культуры в одном и том же животном выделяют специфические отличительные качества, тем самым наделяют человека определенными характеристиками.

Актуальность осуществляемого исследования связана, прежде всего, с потребностью современной лингвистики в изучении обыденного метаязыкового сознания рядовых носителей языка, выявлением различий и сходств при восприятии бионима «змея» в разных лингвокультурах.

В ходе исследования выявлены следующие характеристики:

Для представителей обеих лингвокультур самыми частотными по отношению к биониму «змее» в биологическом аспекте являются слова: *кит. 动物 «животное» (14/24)* (В первом

случае ответы русских информантов, во втором китайских); 爬行动物 «рептилия» (11/24); 生物«существо» (2/2). Однако наблюдается значительная разница в использовании слов: 爬虫 «пресмыкающееся» (24/1); 冷静 «хладнокровная» (2/36). Русскими информантами использованы такие слова, как *чешуйчатая* (4); *хищная* (3); *хищник* (2); *холодная* (2); *холодная кожа*; *живое существо*; *позвоночное*; *наземное*; *хищный образ жизни*, а китайскими: 脊椎 «позвоночное»; 体内受精 «внутреннее оплодотворение»; 用肺呼吸 «дышат легкими»; 食肉 «плотоядная»; 热交换 «теплообмен».

В эмоциональном аспекте представители обоих языковых коллективов сходятся в одном мнении: змея – это животное, которое внушает *страх* (7/10); *ужас* (3/2). Русскоязычные информанты подчеркивают свое негативное отношение к змеям с помощью слов: *мерзкий* (3); *гадкий*; *неприятный*; *неприятнь*; *противно*; *фу*; *гадость*; *гадина*; *глист*. Для русскоязычных информантов змея – это *коварство*, *изворотливость*; *змея сволочная*.

Подобного не обнаруживается в ответах китайцев, которые делают больший акцент на страхе при восприятии этого животного: 一群怕蛇因为它们看不到任何东西 «стадо животных боится приближающихся змей»; 猴子咀嚼一群蛇, 那是不寻常的事 «обезьяны очень бояться змей».

В аспекте восприятия качеств этого животного, особенностей его повадок русские респонденты отмечают *холодность* (5); *ловкость*; *хладнокровность*; *тишину*; *хищность*. Китайские испытуемые отмечают *инд* «коварность» (18), *残酷* «жестокость» (12), *冷酷无情* «бессердечие» (7), *无情* «безжалостность» (7), *不知感谢* «неблагодарность» (4), *非友谊* «недружелюбие» (3), *凶猛* «свирепость» (2), *冷酷无情* «жестокосердность» (2), *残忍* «беспощадность» (2), *有报仇心* «мстительность», *没有感觉* «бесчувственность», *不坦率* «скрытность», *神秘* «таинственность», *莫名其妙* «загадочность». Обеими группами информантов упоминались такие черты, как *狡猾* «хитрость» (3/20), *恼恨* «злость» (6/14), *速度* «скорость» (1/1).

Аспект ощущений выявляет довольно однообразные оценки: *危险* «опасность» (19/3). Русские выделяют также такие ощущения, как *скользкость* (12); *холод* (2); *сырость* (1); *страх* (1), *панический страх* (1).

В обеих лингвокультурах в аспекте вредоносного воздействия змеи выделяются ассоциаты *有毒* «ядовитая» (28/12), *咬* «укус» (7/3); *死* «смерть» (2/2). Однако русские более конкретно описывают этот аспект, дополняя его такими словами, как *смертельный укус*, *убить*, *может убить другое животное*, *яд*, *ядовитость*, *жалящая*, *удушь*.

Китайцы выражают этот аспект такими фразами и словами, как *吓人* «пугают людей» (3); *卑鄙* «подлость», *毒性的唾液* «токсичная слюна», *带来损害* «вредоносна».

Объект вредоносного воздействия змеи выражается в ассоциациях: *пятка*, *палец*, *птица*, *рыба*, *кузнечик* в русском, и *蛇会吃老鼠* «едят мышей» – в китайском.

Подсемейства змей в русской и китайской культурах выделяются различные: *черная мамба*, *гадюка*, *уж*, *кобра*, *гремучая змея*, но общим для обеих групп является *蟒蛇* «питон», так как это самая известная, самая большая змея.

Ассоциации, актуализирующие повадки змеи как животного, в обеих группах респондентов схожи. В русском языке это слова *ползучая* (7), *ползать* (2), а в китайском *蛇行* «ползет» (3), *蛇行蛇形* «ползет зигзагообразно» (2).

Обе группы респондентов выделяют как среду обитания животного *森林* «лес» (2/2), *水* «воду» (2/1).

Различия в языковой картине мира по результатам анкет проявляются в прецедентных текстах, представленных в виде фразеологизма. В китайском языке обнаруживаются следующие устойчивые сочетания: *画蛇添足* «нарисовав змею, пририсовать ей ноги» (24) –

перестараться, сделать лишнее; 打草惊蛇 «косил траву, спугнул змею» (16) – привлечь внимание противника [5]; 虎头蛇尾 «голова тигра, хвост змеи» (12) – пойти на спад, недовести до конца [5].

В свою очередь в русском языке встречаются фразеологизмы: змея подкодная (10) – О коварном, хитром, злом человеке [6]; как уж на сковородке (3) – о человеке, который был уличен во вранье или какой-то интриге и теперь выведен на «чистую воду» [6].

Обнаруживаются различия в мифологическом аспекте. У каждой культуры своя мифология, следовательно, образ змеи проявляется по-разному. В ответах русских информантов обнаруживаются: Змей Горыныч (3), трехглавый змей (2), у китайцев: 蛇精 «змея – оборотень»; 青蛇和白蛇 «зеленая и белая змея»; 女娲 «Нюйва».

Некоторое сходство обнаруживается в прецедентных текстах, эксплицирующих библейский сюжет. У китайцев единожды упоминались слова 亚当与夏娃 «Адам и Ева», 苹果 «яблоко». Русское общество на протяжении многих веков считается христианским, что имеет большое влияние на языковую картину мира. Русские информанты давали такие ответы, как библия (2); тварь божья (2); змей-искуситель (2).

Таким образом, ассоциативное портретирование бионима «змея» свидетельствует о достаточно однородной картине восприятия этого животного разыми лингвокультурами. В представлении русскоязычных и китайских респондентов оценивают змею – ядовитое животное, представляющее опасность, внушающее страх. Представители обеих лингвокультур воспринимают змею как животное, которое отличается коварством и жестокостью. В ассоциативных полях частотны ассоциации, эксплицирующие аксиологический компонент: змея вызывает у русскоязычных и китайских респондентов чувство неприязни и гадливости. Различия обнаруживаются на уровне прецедентных текстов, фиксирующих те или иные особенности животного и возникающего на основе метафорического переноса антропонима.

Литература и источники

1. Голев, Н. Д. Разноязычный сопоставительный словарь обыденной семантики бионимов: концепция, лексикографический проект и опыт его реализации / Н. Д. Голев, М. Дебренин // Вестник Новосиб. гос. унта. Сер.: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2013. – Т. 11. Вып. 2. – С. 80–92.

2. Голев, Н. Д. Особенности современного обыденного метаязыкового сознания в зеркале обсуждения вопросов языкового строительства / Н. Д. Голев // Вестн. Томск. гос. ун-та. Филология. № 3 (4). – 2008. – № 3 (4). – С. 5–17.

3. Голев, Н. Д. «Разноязычный словарь обыденной семантики бионимов» как источник сопоставительных исследований наивной картины мира носителей различных языков / Н. Д. Голев // Вестн. Новосиб. гос. ун-та. Серия: лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2015. – Т. 13. – № 2. – С. 29–35.

4. Лебедева, Н. Б., Рабенко, Т. Г. Обыденная семантика бионимов в славянских и неславянских лингвокультурах (по результатам эксперимента) / Н. Б. Лебедева, Т. Г. Рабенко // Русин. – 2019. – Том 56. – С. 214–226.

5. Поисковая система ZhidaoBaidu [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://zhidao.baidu.com/question/569150867.html] (дата обращения: 04.03.2020).

6. Большой толковый словарь русского языка / РАН. Ин-т лингв. исслед.; Сост., гл. ред. канд. филол. наук С. А. Кузнецов. – СПб.: Норинт, 1998. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gramota.ru/slovari/dic/?word=змея+&all=x> (дата обращения 15.03.2020).

Научный руководитель – д-р филол. наук, доц. Рабенко Т.Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

СПЕЦИФИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗООЛЕКСЕМ В КИТАЙСКОЙ И РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ (НА МАТЕРИАЛЕ ПРИМЕТ)*Ведмедь С. А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

vedmed_sa@gkl-kemerovo.ru

Данная работа посвящена теоретическому и практическому исследованию выбранной тематической группы бытовых примет, структура которых включает компонент – зоолексему в русской и китайской лингвокультурах. Особый интерес в рамках поставленной проблемы представляет изучение бытовых примет как языковых, когнитивных и культурных феноменов. Отдельное внимание в работе уделяется определению общего и отличного в значении примет в китайской и русской лингвокультурах. Целью нашего исследования является изучение примет как ключа к пониманию культуры и мышления народа, а также сопоставление аспектов русской и китайской лингвокультур. В качестве источников исследования использованы данные словарей, справочников и научных работ. Предмет нашего исследования – бытовая примета в русском и китайском языках, а объект исследования – специфика изучения русской и китайской приметы в лингвокультурах. В ходе нашей работы были поставлены и решены такие задачи, как изучение теоретической базы бытовых примет в русской и китайской лингвокультурах; сбор и анализ бытовых примет, структура которых включает компонент зоолексему в сравниваемых языках; раскрытие лингвокультурных особенностей отобранного материала. Полученные результаты исследования могут быть использованы в сфере межкультурной коммуникации.

Ключевые слова: примета; зоолексема; китайский язык; русский язык; лингвокультура; тематическая группа.

SPECIFICITY OF USE OF ZOLEKSEMS IN CHINESE AND RUSSIAN LINGUISTIC CULTURE (ON THE BASIS OF OMENS)*Vedmed S. A.*

Kemerovo State University

This paper describes theoretic and practical research of the selected thematic group of household signs, the structure of which includes a component – zoolexeme in Russian and Chinese linguistic cultures. Of particular interest in the framework of the problem posed is the study of everyday signs as linguistic, cognitive and cultural phenomena. Special attention is paid to the definition of general and excellent in the importance of signs in Chinese and Russian linguistic culture. The purpose of our research is to study the signs as a key to understanding the culture and thinking of the people, as well as comparing the aspects of Russian and Chinese linguistic cultures. As sources of research used data from dictionaries, reference books and scientific papers. The subject of our study is the everyday omen in Russian and Chinese languages, and the object of the study is the specifics of studying Russian and Chinese signs in linguistic cultures. In the process, there were addressed and decided such tasks as studying the theoretical framework of omens in Russian and Chinese; the collection and analysis household signs, the structure of which includes a component – zoolexeme both in above-mentioned languages; the disclosure of linguistic and cultural features of the selected material. The obtained results can be used in intercultural communication.

Key words: omen; zoolexema; the Chinese language; the Russian language; linguistic culture; thematic group.

Изучением культуры народов занимаются многие науки – этнология, этнография, археология, география и т. д. Не последнее место в этом ряду занимает и лингвистика – наука, изучающая языки. Язык – это прежде всего отражение культуры народа. Он отражает в себе все изменения, происходящие на протяжении всего своего существования.

Народные приметы, представляющие собой неотъемлемое звено национальной культуры и языка, до сих пор остаются одним из наименее изученных в лингвистике фольклорных жанров. Связанные с представлениями человека об окружающем мире, приметы несут в себе познавательный потенциал, имеют большую этнографическую, языкотворческую и художественную ценность. В народных приметах лингвистами справедливо отмечается сопряжение тонких наблюдений, точных знаний и иррациональных суеверий. Народные приметы – это «проверенные временем предсказания, основанные на презумпции скрытой связи между явлениями природы, свойствами предметов и событиями человеческой жизни, выраженные в краткой, метафорической форме» [1, с. 3].

На сегодняшний день жанр народной приметы становится предметом пристального внимания лингвистов, литературоведов, историков, этнографов (Н. А. Агапова, М. И. Закиров, М. А. Кулькова, Е. Г. Павлова, Г. Л. Пермяков, Т. Е. Садова, А. М. Тарасов, С. А. Токарев, Е. Н. Тонкова, Н. Н. Фаттахова, В. К. Харченко, О. Б. Христофорова и др.).

Актуальность исследования заключается в том, что лингвистический строй народной приметы до сих пор не становился предметом специального изучения в достаточном объеме. Возросший в последние десятилетия интерес общества к гаданиям, приметам, всевозможным предсказаниям побуждает исследователей поставить вопрос о «лингвистике народных примет» [2], которая во многом предопределена спецификой их функций и содержательным наполнением.

Целью нашего исследования является изучение примет как ключа к пониманию культуры и мышления народа, а также сопоставление аспектов русской и китайской лингвокультур.

Традиционно в науке принято делить приметы на три основные группы: бытовые, погодные и календарные [3, с. 235]. К погодным (метеорологическим) приметам относятся приметы, связанные с предсказанием погодных условий, к календарным – приметы, связанные с определенными датами, а к бытовым – приметы, связанные с бытовыми происшествиями. Бытовые приметы являются наиболее распространенными в современной жизни, так как неотъемлемо связаны с человеческим бытом.

Предмет нашего исследования – бытовая примета с компонентом-зоолексемой, а объект исследования – особенности ее функционирования в русской и китайской лингвокультурах. Под зоолексемой мы понимаем «лексическую единицу, которая в исходном значении выступает в качестве названия определённого вида животного» (например, *кот, овца, баран, лошадь* и т.п.) [4, с. 103].

Бытовые приметы с компонентом зоолексемой являются наиболее распространенными в китайской и русской культуре. Представленность зоолексем в приметах китайском языке можно показать на примере следующих примет: 1) 羊躺下屋檐下, 马上会下雨 (*овцы сами ложатся спать под карниз – к дождю*); 2) 燕低飞, 要下雨 (*ласточки низко летают – к скорому дождю*); 3) 早报喜, 晚报财, 不早不晚报宾来 (*если сорока залетает в дом с утра, то ждать хороших новостей; если вечером, то семья разбогатеет; если в полдень, то ждать гостей*); 4) 猪筑窝, 下大雪 (*перед сильным снегопадом свиньи активно начинают строить свои дома*) и др. [5].

Аналогичные по содержанию и форме (наличию в структуре компоненту-зоолексеме) приметы можно найти и в русской лингвокультуре: 1) *Если при хорошей погоде овцы из загороди сами идут в сарай или под навес – ожидай скорого ненастья: летом – дождя, зимой – метели*; 2) *Ласточки летают над самой землей – к дождю*; 3) *Сорока щебечет близко, на дворе – к новостям; Если сорока стрекочет на хате – к гостям*; 4) *Свинья солону таскает – к буре* [6].

Обращение к методу направленной выборки помогло нам извлечь необходимый материал из словарей примет [6; 7], а также из научных работ [8; 9] согласно выбранной тематической группе бытовых примет, структура которых включает компонент-зоолексему.

На данный момент мы провели пилотный эксперимент в форме анкетирования. Респондентами выступили 11 студентов, для которых русский язык является родным, в возрасте от 18 до 20 лет. Информантам были предложены следующие задания: «Как вы знаете, в русском языке есть приметы со словами, обозначающими животных / птиц / насекомых: *кошка, собака, лошадь, ласточка, ворон, кукушка, паук, муравей, божья коровка*. Отметьте галочкой те приметы, которые вы или ваши знакомые знают или используют в повседневной жизни. Если у вас есть свой вариант этой же приметы, запишите его рядом». Результаты проведенного анкетирования можно представить в форме таблицы № 1. В скобках указано число студентов, давших одинаковое количество ответов по предложенной для анализа примете.

Таблица № 1.

Примета-стимул	Известна	Неизвестна	Свой вариант приметы
<i>Черная кошка перебежала дорогу – к неудаче.</i>	+ (11)	— (0)	<i>Черная кошка встретилась на пути – иди другой дорогой.</i>
<i>Если собака воет мордой вниз – к покойнику.</i>	+ (2)	— (9)	<i>Собака воет – к смерти.</i>
<i>Лошади фыркают, бьют копытом – к холоду.</i>	+ (0)	— (11)	<i>Кошки сворачиваются в клубок и прячут морду – к холоду.</i>
<i>Ласточки летают над самой землей – к дождю.</i>	+ (7)	— (4)	—
<i>Ворон подолгу кричит рядом с чьим-то домом – к несчастью в доме или смерти одного из его жителей.</i>	+ (4)	— (6)	<i>Ворон каркает – к беде.</i>
<i>Если кто, весной, в первый раз, услышит кукование кукушки при деньгах, – тот будет целый год при деньгах.</i>	+ (1)	— (10)	<i>Кукушка кукует – можно узнать сколько лет проживешь.</i>
<i>Домашних пауков убивать нельзя.</i>	+ (6)	— (5)	<i>Паука убить – к дождю.</i>
<i>Муравьи прячутся в гнезда – к грозе.</i>	+ (5)	— (6)	<i>Муравьи убегают в свои домики – к непогоде.</i>
<i>Божью коровку убивать нельзя – к беде.</i>	+ (9)	— (2)	<i>Божью коровку выпускать на волю – к удаче.</i>

Кроме этого, в качестве дополнительного задания студентам предлагалось вспомнить и написать другие известные им приметы с приведенными в задании зоолексемами. На этом этапе анкетирования было собрано 18 примет, из них – 5 погодных (1 группа) и 13 бытовых (2 группа):

(1) 1. *Кошка прячет нос – к холоду.* 2. *Собака катается спиной по земле – к смене погоды.* 3. *Если кошка сворачивается в клубок – к морозу.* 4. *Кошка крепко спит – к теплу.* 5. *Домашние животные выбегают на улицу, волнуются – к землетрясению.*

(2) 1. *Птица ударилась об окно – к несчастью.* 2. *Трехцветная кошка в доме – к счастью, удаче.* 3. *В новый дом сначала нужно пустить кошку.* 4. *Кошка моет лапки – к гостям.* 5. *Сколько раз кукушка будет куковать – столько тебе жить.* 6. *Голубь бьется в окно – к покойнику.* 7. *Если кошка долго и протяжно мяукает – к рождению ребенка в семье.* 8. *Если собака долго воет – к смерти в семье.* 9. *В новый дом сначала нужно запустить кошку, куда ляжет – там и спальня.* 10. *Птица залетела в дом – к несчастью.* 11. *Увидеть лису – к несчастью.* 12. *Ласточка залетела в окно – к счастью.* 13. *Кто любит кошек – любит людей.*

Как мы видим, предложенные информантами приметы содержат в своей структуре не только ключевые слова, предложенные в качестве стимулов в основном задании, но и другие зоолексемы (например, *голубь*, *лиса*). Многие из собранных в дополнительном задании примет зафиксированы в словарях и научных источниках, изученных нами по данной теме: *если кошка сворачивается в клубок – к морозу* [8, с. 23]; *если собака долго воет – к смерти в семье* [8, с. 23]; *кошка крепко спит – к теплу* [6, с. 102]. Это свидетельствует о том, что примета как жанр устного народного творчества продолжает оставаться актуальной до сих пор и пополняется за счет новых наблюдений людей за окружающим миром, природой, домашними и дикими животными.

Перспектива нашей работы связана с дальнейшим сбором материала по выбранной тематической группе; проведением эксперимента среди носителей китайского языка, которым будет предлагаться аналогичное задание с ключевыми словами-зоолексемами на их родном языке.

Литература и источники

1. Тонкова, Е. Е. Народная примета с позиций лингвокогнитивистики и лингвокультурологии: автореф. дис. канд. филол. наук: 10.02.01 / Е. Е. Тонкова. – Белгород, 2007. – 18 с.
2. Вагнер, К. Р. Семантика и синтаксис народных примет с компонентом «зооним» (в зеркале английских примет): автореф. дис. канд. филол. наук: 10.02.01, 10.02.20 / К. Р. Вагнер. – Казань, 2008. – 22 с.
3. Чичеров, В. И. Зимний период русского народного земледельческого календаря XVI–XIX вв. (очерки по истории народных верований) / В. И. Чичеров. – М.: Изд-во АН СССР, 1957. – 236 с.
4. Омарбекова, А. К. Когнитивно-семантические и лингвокультурологические особенности антропонимических фразеологизмов: автореф. дис. канд. филол. наук / 10.02.01 / А. К. Омарбекова. – Алматы, 2006. – 22 с.
5. ПМА – полевой материал автора.
6. Словарь народных примет в разноструктурных языках (русский, татарский, английский немецкий). – Казань: Печать-Сервис XXI век, 2014. – 264 с.
7. Русский народный месяцеслов. – Ярославль: Верх.-Волж. кн. изд., 1990. – 64 с.
8. Агапова, Н. А. Лингвокультурологический потенциал ключевого слова народной приметы: автореф. дис. канд. филол. наук: 10.02.01 / Н. А. Агапова. – Томск, 2013. – 27 с.
9. Закиров, М. И. Концепт вода/су в русских и татарских народных приметах: автореф. дис. канд. филол. наук: 10.02.01, 10.02.02 / М. И. Закиров. – Казань, 2009. – 21 с.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Денисова Э. С., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 811.581

СТЕРЕОТИПНЫЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О ЖЕНЩИНЕ В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Забродина Е.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
Croconine@yandex.ru

Исследование выполнено на пересечении ряда научных направлений: гендерной лингвистики, нацеленной на изучение гендерных стереотипов, касающихся роли каждого пола в обществе, и когнитивной лингвистики, которая направлена на изучение языковой картины мира, описании и определении того, как в языке отражается национальный

менталитет, особенности того или иного этноса. На основе паремий русского и китайского языков осуществляется исследование стереотипных представлений о женщине в разных лингвокультурах, то есть описание сложившихся и распространенных в социуме представлений об особенностях модели поведения и внешности женщины. Сопоставительный анализ паремий русского и китайского языков обнаруживает черты сходства и различия в гендерных стереотипах, касающихся женщины. Универсальным признаком восприятия женщины, свойственным китайской и русской лингвокультурам, является свойство женщины занимать подчиненное положение относительно мужчины. Женщину характеризуют как слабый пол, чьей обязанностью является необходимость выйти замуж и заботиться о детях и муже. В обоих языках негативно оцениваются умственные способности женщины, ср. рус. «у бабы волос длинный, а ум короткий» и кит. 不忍头发长见识短. Отличие в стереотипных восприятиях женщины в русской и китайской лингвокультурах сводится к следующему. Если в китайской языковой картине мира отражается ценность физической красоты женщины, которая сопоставима с природными явлениями (луной, цветком и под.), то в русской языковой картине мира акцентируется внимание на внутренних качествах женщины (ее добродетели, трудолюбии, покорности).

Ключевые слова: гендерные стереотипы, языковая картина мира, китайский язык, русский язык, женщина.

**STEREOTYPICAL IDEAS ABOUT WOMEN
IN RUSSIAN AND CHINESE LINGUOCULTURES:
COMPARATIVE ASPECT**

Zabrodina E.A

Kemerovo State University

This research is based on intersection of such scientific directions as: gender linguistic, aimed on studying gender stereotypes regarding the role of each sex in society and cognitive linguistic which is aimed on studying linguistical world view, its description and definition of national mentality and features of every ethnus. On the basis of Russian and Chinese - paroemia can identify stereotypical representations of «woman» in different linguistic cultures with its entrenched and common grasp on features of woman's behavior and appearance in society. A benchmarking of Russian and Chinese paroemias reveals similarities and differences related to women. The universal sign of woman's perception which inherent in Chinese and Russian linguistic culture is that woman must be in subordinate position compared to man. Woman can be described as a weaker sex, given the duty of getting married and taking care of her husband and children. In both languages – woman's intelligence has a negative assessment, set an example in Russian: « her hair is long, but her mind is short» and Chinese 不忍头发长见识短. The only differences in stereotypical women's perceptions in Russian and Chinese languages are as following: in Chinese view of the world – the asset of physical beauty is comparable with natural phenomena (such as moon, flower etc.) while Russian view of the world focused on woman's inner qualities (such as diligence, virtue and obeying).

Key words: gender stereotypes, linguistic picture of the world, Russian language, Chinese language, woman.

Предпринимаемое исследование выполнено на стыке ряда научных направлений. С одной стороны, оно вписывается в научную парадигму, связанную с изучением гендерных стереотипов, касающихся роли каждого пола в обществе. С другой стороны, оно сопрягается с когнитивной лингвистикой, которая нацелена на изучение языковой картины мира, описании и определении того, как в языке отражается национальный менталитет, особенности того или иного этноса [1; 2].

Известно, что гендерные стереотипы – это сложившиеся и распространенные в социуме представления об особенностях модели поведения и внешности у представителей разных полов, зачастую отражающие отрицательные характеристики, а также дающие обобщенное и несколько упрощенное представление о том, какие модели поведения в обществе свойственны мужчине и женщине.

Актуальность стереотипизации в рамках гендера и гендерных ролей является важнейшей характеристикой как группового, так и межличностного восприятия, поскольку это дает необходимую оценку для всех социальных объектов на основании не только русской культуры, но и китайской (как, впрочем, и любой другой).

Цель настоящего исследования – проследить, каким образом в паремиях русского и китайского языков находит отражение специфика гендерных стереотипов и, как следствие, особенности национального мировосприятия. Данное исследование, осуществляемое с позиции когнитивной лингвистики, позволяет рассмотреть и изучить устоявшиеся ценностные ориентиры в обществе, в том числе представления о женщине, о ее положительных качествах и недостатках, функциях, роли и месте в обществе.

«Фактологическую базу исследования составили паремии со словом «женщина», представленные в русском и китайском языках (соответственно 40 и 40 единиц). Источником фактологической базы послужили следующие издания – русский язык: В. И. Даль «Пословицы и поговорки русского народа» [3], В. П. Жуков «Словарь русских пословиц и поговорок» [4], В. И. Зимин «Русские пословицы и поговорки» [5]; китайский язык: «Фразеологический словарь китайского языка» [6], «Сяхоуной» [7;1], «Большой словарь китайских поговорок» [8], «Лексикология китайского языка» [9].

Под фразеологическими единицами китаисты понимают 成语 «Чэньюй» – особые фразеологические сочетания, построенные по нормам древнекитайского языка семантически монолитные с обобщенно-переносным значением, носящие экспрессивный характер и функционально являющиеся одним членом предложения. Китайские и русские фразеологические единицы имеют общую характеристику и значение: 熟语 «Шуюй» (фразеология), 成语 «Чэньюй» (идиомы), 谚语 «Яньюй» (пословица), 歇后语 «Сехоуной» (недосказанное выражение), 格言 «Гэянь» (народные изречения) [1].

Установлено, что гендерные стереотипы находят яркое отражение в языке и культуре. С самого рождения человека окружают стереотипизированные представления о мужчинах и женщинах («Не плачь, ты же мужчина», – говорит мама мальчику, упавшему и поцарапавшему коленку. «Будь аккуратна, ты же девочка» – укоряет мама свою дочь за неряшливость). Стереотипные представления о роли мужчины и женщины, их качествах особенно наглядно прослеживаются в паремиологическом фонде языка [1].

В ходе исследования обнаруживается ряд гендерных стереотипов. Обозначим их.

1. Замужество (необходимость брака).

Данный аспект дает представление о женщине, вступившей или не вступившей в брак. Общая картина супружества в Китае и в России схожа и воспринимается как необходимость пребывания в браке.

Отсутствие брака воспринимается отрицательно и в русском, и в китайском обществах. Это установка широко отражается в паремиях. Например, у русского народа встречаются следующие устойчивые выражения: «Добрую жену взять – ни скуки, ни горя не видать»; «Всякая невеста для своего мужа родится»; «С мужем худо, да без мужа и того хуже»; «Нет такого, выйдешь и за всякого»; «Жена без мужа – вдовы хуже»; «Без мужа жена всегда сирота»; «Без жены дом – содом»; «Добрая жена дом сбережет, а плохая рукавом разнесет»; «Муженек хоть всего с кулачок, да за мужниной головой не сижусь сиротой».

В китайском языке встречаются паремии с подобным семантическим содержанием: 男怕入错行, 女怕嫁错郎 «Мужчина должен бояться того, что неправильно выбрал профессию, а девушка – что вышла не за того мужчину»; 女大不中留 «Как только девушка достигла восемнадцати (совершеннолетие) – её срочно нужно выдать замуж, а иначе жди

беды»; *女大不中留* «Взрослая девушка не может остаться в родном доме (она должна жить в доме своего мужа)»; *女生外向* «Девушке все равно суждено выйти замуж»; *女大须婚* «Взрослая девушка должна выйти замуж»; *女大难留* «Трудно удержать девушку в родном доме в совершеннолетие»; *男室女家* «Парень должен жениться, а девица – выйти замуж»; *男有室 女有家* «У мужа есть супруга, а у супруги – муж».

По традиции в каждой из двух стран девушка, достигшая своего совершеннолетия, должна выйти замуж. Брак для женщины считается судьбоносным событием и воплощением счастья, поскольку она рождается не для себя, а для мужчины.

2. Внешность.

В исследуемых лингвокультурах частотны поговорки, отражающие внешность женщины, при этом наблюдается положительная характеристика женского облика. Так, в китайском языке женственность, женская привлекательность расценивается как особая ценность. В китайских семантических моделях используются сравнения женской красоты с растениями, плодами и предметами, к примеру, *倾国倾城* «Красота, способная сломить город»; *秀色可餐* «Красивая, словно конфета»; *天姿国色* «Природная красота, известная всей стране»; *闭月羞花* «Так красива, что луна стыдится»; *如花似玉* «Красивая, словно цветок»; *仙姿玉色* «Фигура красива, как у феи, внешность прекрасна, как яшма».

В отличие от китайской картины мира, в русской картине мира красота женщины более ассоциируется с внутренними качествами женщины: ее добродетелью, хозяйственностью, трудолюбием. В итоге, понятие женской красоты в русском языке помещается в плоскость морально-нравственных норм [1, с. 89]: «Жена красавица – только слепому радость»; «Не наряд девку красит – домостройство»; «Хорошая невеста – худая жена»; «Будь жена хоть коза, лишь бы золотые рога»; «Жену выбирай не глазами, а ушами»; «Глупому мужу красная жена дороже красного яйца».

3. Умственные способности.

В рамках данного аспекта частотны фразеологизмы, связанные с отрицательной оценкой женщины, ее ограниченных умственных способностей: нелогичности (женская логика – излюбленная тема русских анекдотов) и слабости ума: «Бабы умы разоряют дома»; «Волос длинный, а ум короткий»; «И баба смекает, что ребенка качает»; «Это тебе не веретеном трясти» (имплицитно понятие «женская работа ума не требует»); «Что не дурень, то и бабин».

В китайском языке есть сходные фразеологические единицы, характеризующие женский ум как недалекий: женщина не способна мыслить здраво. Однако стоит отметить, что в Китае – неполноценность ума считается признаком добродетельности женщины: *不忍头发长见识短* у женщины волос долог, ум короток; *鼻子无才便是德* «Необразованная женщина добродетельна». Женщина в Китае – воплощение хитрости: *妇人之言不可听* «Словам женщины нельзя доверять»

Таким образом, сопоставительный анализ поговорок русского и китайского языков обнаруживает черты сходства и различия в гендерных стереотипах, касающихся женщины. Универсальным моментом восприятия женщины, свойственным китайской и русской лингвокультурам, является подчиненное положение женщины относительно мужчины. Женщину характеризуют как слабый пол, чьей обязанностью является необходимость выйти замуж и неустанно заботиться о членах своей семьи.

В обоих языках негативно оцениваются умственные способности женщины, ср. рус. «волос длинный, а ум короткий» и кит. *不忍头发长见识短* у женщины волос долог, ум короткий.

Проведенный анализ обнаруживает и отличия в гендерных стереотипах, характеризующих восприятие женщины. Если в китайской языковой картине мира отражается ценность физической красоты женщины, которая сопоставима с природными явлениями (луной, цветком и под.), то в русской языковой картине мира акцентируется внимание на внутренних качествах женщины (ее добродетели, трудолюбии, покорности).

Литература и источники

1. Лю Бо Концепт «женщина» в русской языковой картине мира: на фоне китайской: Дис. ... канд. филол. наук. – Владивосток, 2010. – 282 с.
2. Рабенко, Т. Г. Концепт «муж» в ассоциативном восприятии женщины // Этногерменевтика и антропология. Сер. «Этногерменевтика и этнориторика» / Отв. ред. Е. А. Пименов, М. В. Пименова. – Landau, 2004. – С. 114–120.
3. Даль, В. И. Пословицы и поговорки русского народа / В. И. Даль. – М.: Аргументы недели, 1999. – 130 с.
4. Жуков, В. П. Словарь русских пословиц и поговорок / В. П. Жуков. – М.: Русский язык, 1991. – 117 с.
5. Зимин, В. П. Русский словарь пословиц и поговорок / В. И. Зимин. – М.: Школа Пресс, 1994. – 194 с.
6. Готлиб, О. М. Китайско-русский фразеологический словарь / О. М. Готлиб, Му Хуаин. – Иркутск: Изд-во ИГУ, 2019. – 596 с.
7. Барчукова, К. В. Фразеология в китайском языке «Сяхоуэй» / К. В. Барчукова, А. В. Пескова, Е. И. Подкидышева, В. Э. Скромных // Молодой ученый. – 2015. – № 18. – С. 514–517.
8. Пэн Бо Новейший словарь-справочник фразеологизмов, пословиц, поговорок и недомолвок / Пэн Бо. – Гуанси: Нации Гуанси, 2006. – 633 с.
9. Горелов, В. И. Лексикология китайского языка: учеб. пособие. – М.: Просвещение, 1984. – С. 31–41.

Научный руководитель – д-р филол. наук, доц. Рабенко Т.Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81:001.12/18

СТЕРЕОТИПЫ О ГЕНДЕРНЫХ РОЛЯХ В РОССИИ, КИТАЕ И США

Загляда З.И.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
zaglyadazlata@gmail.com

Данная работа посвящена теоретическим и практическим исследованиям в области межкультурной коммуникации. Особый интерес работы заключается не только в изучении гендерных стереотипов как таковых, но и в проведении анализа словесного оформления гендерных стереотипов, бытующих среди населения России, Китая и США. Отдельное внимание в работе уделяется выявлению сходств и различий искомым стереотипов в вышеназванных странах. Объектом исследования выступают стереотипы о гендерных ролях, предметом – способы вербализации стереотипов о гендерных ролях в России, Китае и США.

Ключевые слова: стереотип, гендер, мышление, картина мира, межкультурная коммуникация, феминистская критика.

GENDER STEREOTYPES IN RUSSIA, CHINA AND THE USA

Zaglyada Z.I.

Kemerovo State University

This paper is devoted to theoretical and practical research in the field of intercultural communication. The special interest of the work lies not only in the study of gender stereotypes as such, but also in the analysis of the verbal design of gender stereotypes that exist among the population of Russia, China and the USA. Special attention is paid to identifying the similarities

and differences of the sought-after stereotypes in the above countries. The object of research is understood as gender stereotypes, the subject is gender stereotypes in Russia, China and the USA.

Key words: stereotypes, gender, thinking, picture of the world, intercultural communication, feminist critique.

Современность не перестаёт удивлять нас количеством господствующих в обществе стереотипов и их разнообразием. Ни для кого не секрет, что система стереотипов представляет собой социальную реальность. Гендерные же стереотипы – это распространённые в обществе представления об особенностях и поведении представителей разных полов – мужчин и женщин. Гендерные стереотипы тесно связаны с существующими в данном обществе гендерными ролями и служат для их поддержания и воспроизведения. Кроме того, во многих случаях гендерные стереотипы способствуют поддержанию гендерного неравенства.

Содержание и степень выраженности гендерных стереотипов различаются в разных культурах и в разные исторические периоды, хотя наблюдаются и некоторые кросскультурные сходства. Научные исследования гендерных различий показывают, что гендерные стереотипы в целом не соответствуют действительности, но их устойчивость обеспечивается, в частности, когнитивными искажениями, которые позволяют людям избирательно воспринимать и интерпретировать информацию, поступающую из внешнего мира [1].

Выбранная тема теоретически и практически значима, потому что изучение стереотипов помогает не только в общем понимании картины мира населения какой-либо страны, но и в выстраивании различного рода отношений – будь то дипломатические отношения между странами или неформальные отношения между людьми.

Цель работы – анализ словесного оформления гендерных стереотипов, бытующих среди населения России, Китая и США, а также выявление сходств и различий искомых стереотипов в вышеназванных странах. Достижение поставленной цели связано с решением промежуточных задач эмпирического исследования:

1. Проведение опроса среди населения России, Китая и США.
2. Статистический и лингвистический анализ полученных результатов.

Эмпирическим материалом исследования являются данные, полученные в ходе опроса, а теоретической базой – работы в области гендерной лингвистики. Опрос, приведённый в таблице ниже, проводился следующим образом: были опрошены по 10 человек (5 мужчин и 5 женщин разного возраста), жителей трёх стран (россияне были опрошены «вживую», китайцы и американцы – по видеосвязи), итого – 30 человек, 15 мужчин и 15 женщин. Вопросы звучали так: «бытует ли в Вашей стране стереотип о том, что мужчинам непозволительно выражать негативные эмоции через слёзы? Как он словесно выражен? Что лично Вы можете сказать об этом?» Было получено 30 ответов. В таблице будет приведена небольшая выборка.

Исследования, в фокусе которых находится гендер – социокультурный конструкт, связанный с приписыванием индивиду определенных качеств и норм поведения на основе его биологического пола, – относительно новая отрасль гуманитарного знания. Интерес отечественных ученых к гендерной проблематике часто связывают с наступившей открытостью российского общества в постсоветский период или с влиянием идей феминизма. Эти факторы, безусловно, важны, но существуют, на наш взгляд, и более глубокие причины [2].

Становление и интенсивное развитие гендерных исследований в лингвистике приходится на последние десятилетия XX века, что связано со сменой научной парадигмы в гуманитарных науках под влиянием постмодернистской философии. Новое понимание процессов категоризации, отказ от признания объективной истины, интерес к субъективному, к частной жизни человека, развитие новых теорий личности, в частности теории социального конструктивизма, привели к пересмотру научных принципов изучения

категорий этничность, возраст и пол, интерпретировавшихся ранее как биологически детерминированные. Новый подход потребовал и применения новой терминологии, более точно соответствующей методологическим установкам исследователей, что и стало причиной введения в научное описание термина гендер, призванного подчеркнуть общественно конструируемый характер пола, его конвенциональность, институциональность и ритуализованность. Этот подход естественно стимулировал изучение лингвистических механизмов проявления гендера в языке и коммуникации. В этом же направлении подталкивала ученых и феминистская критика языка, которую ряд исследователей относит к одной из составляющих постмодернистской философии [3].

Мы изучили различные гендерные стереотипы, бытующие среди населения России, Китая и США. В таблице ниже представлены результаты и анализ одного из опросов:

	Россия	Китай	США
Как звучит стереотип	«Мальчики/мужчины не плачут»	« <i>Мужчины</i> не плачут <i>легко</i> »	«Мальчики/мужчины не плачут»
Как люди объясняют его смысл	«Плакать без серьёзной причины могут только девочки» «Мальчики стремятся быть мужественными, если ты бежал, упал и разбил коленку – встань, посмейся и беги дальше» «Мужчина может потерять лицо, если заплачет прилюдно, а женщине это простительно»	«На плечах мужчины лежит ответственность за семью и за страну, он не может себе позволить слёзы без серьёзного повода» «Женщины более эмоциональны, так заложено природой, таков ваш организм, вы можете просто взять и заплакать» «Китайские парни редко плачут»	«Нас учат этому с детства. То есть, ты с ранних лет учишься брать эмоции под свой контроль. Девочкам в этом плане проще» «Эмоции нужно уметь сдерживать и мальчикам, и девочкам. В жизни это пригодится... Но мальчикам это нужно больше» «Мужчина может прослезиться при просмотре фильма или на концерте, в театре»
Отношение людей к данному стереотипу в процентном соотношении	Положительное – 60% Нейтральное – 30% Отрицательное – 10%	Положительное – 70% Нейтральное – 20% Отрицательное – 10%	Положительное – 30% Нейтральное – 40% Отрицательное – 30%

Исходя из данных, приведённых в таблице, можно сделать выводы о сходствах и различиях в картинах мира населения России, Китая и США. Сходство заключается в том, что общества ожидают «мужественного» поведения от мужчины, а проявление негативных эмоций в виде слёз считается свойственным в большей мере представительницам женского пола. Отличие можно увидеть в реакции китайцев на вопрос: 90% опрошенных использовали в ответе такие слова, как «страна», «долг» и «ответственность». К тому же, стереотип имеет практически идентичную вербализацию, но, опять-таки, устойчивое выражение в китайском языке звучит несколько иначе: «*мужчины* не плачут *легко*». Подразумевается, что мальчик уже старается вести себя мужественно, а не по-детски (не позволяет себе слёзы), к тому же, подобного поведения от него ожидает общество. Слово «легко» означает, что мужчине для слёз нужен очень серьёзный повод.

Таким образом, результаты анализа словесного оформления одного из гендерных стереотипов позволили выявить сходства и различия между картинами мира населения России, Китая и США.

Литература и источники

1. Гендерные стереотипы [Электронный ресурс] https://ru.wikipedia.org/wiki/Гендерные_стереотипы (Дата обращения 29.03.2020).
2. Кирилина А., Томская М. Лингвистические гендерные исследования [Электронный ресурс] / А. Кирилина, М. Томская – URL: <http://www.strana-oz.ru/2005/2/lingvisticheskie-gendernye-issledovaniya> (Дата обращения 29.03.2020).
3. Смит С. Постмодернизм и социальная история на западе: проблемы и перспективы // Вопросы истории. – 1997. – №8. – С. 154-161.

Научный руководитель - канд. филол. наук, доц. Оленёв С. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК81'373.421

СИСТЕМО-СТРУКТУРНЫЙ АСПЕКТ ИЗУЧЕНИЯ ЛЕКСИЧЕСКИХ СИНОНИМОВ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА (НА ПРИМЕРЕ ТЕМАТИЧЕСКОЙ ГРУППЫ «ОДЕЖДА»)

Ильина А.П.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»,
anas.ilyina2010@yandex.ru

Данная работа является серией исследований, посвященной изучению семантического поля слов тематической группы «衣服 \ одежда» китайского языка с точки зрения системно-структурного подхода. В статье представлен фрагмент исследований синонимического ряда “外衣 \ верхняя одежда”, поскольку изучение данной лексико-семантической группы (ЛСГ) актуально, во-первых, с точки зрения слабой изученности её семантической структуры, позволяющей выявить дифференциальные и интегральные семы, во-вторых, с точки зрения анализа синонимических корреляций между лексическими единицами внутри семантического поля. В настоящее время в современной лингвистике отсутствует единое представление о критериях синонимичности, поскольку синонимические ряды в лексикографических источниках представлены неодинаково. Еще более проблематичным и в то же время актуальным вопросом является выделение доминанты в пределах синонимического ряда, которая важна при составлении синонимических словарей. В настоящей статье предприняты попытки классификации синонимов, встраивания их в синонимические ряды в соответствии с их дефиниционными признаками. С целью построения более полной картины семантики синонимов в ходе поиска и сбора фактологического материала привлекались как современные, так и исторические лексикографические источники по китайскому языку.

Ключевые слова: семный (компонентный) анализ, семантика, семасиологический подход, китайский язык, синоним, синонимический ряд.

SYSTEMIC-STRUCTURAL ASPECT OF STUDYING LEXICAL SYNONYMS OF THE CHINESE LANGUAGE (BASED ON THE THEMATIC GROUP “CLOTHING”)

Ilyina A. P.

Kemerovo State University,

This research is a series of studies dedicated to investigation of semantic field of words of the thematic group “Clothing” of the Chinese language from the point of view of a system-structural

approach. The article presents a part of research of a synonymous series “外衣 \ outerwear”, since the study of this lexical-semantic group (LSG) is relevant, firstly, because there has been little research of its semantic structure, allowing to identify differential and integral semes, secondly, from the point of view of the analysis of synonymous correlations between lexical units within the semantic field. At the present time, in modern linguistics there is no unified idea of the criteria for synonymy, since the synonymous series in lexicographic sources are not presented in the same way. What is even more problematic and at the same time relevant is the allocation of a dominant within the synonymous series, which is important when compiling synonymous dictionaries. This article attempts to classify synonyms, embed them in synonymous series in accordance with their definitional characteristics. In order to build a more complete picture of the semantics of synonyms, both modern and historical lexicographic sources in the Chinese language were involved in the search and collection of factual material.

Key words: seme (component) analysis, semantics, semasiological approach, Chinese, synonym, synonymous series.

Структурные методы в лингвистике сложились еще в 1920-30-е гг. XX века как особое направление (Ф. де Соссюр, Б. де Куртенэ, Э. Сепир, Л. Блумфилд, Р.О. Якобсон). Сущность структурных методов заключается в описании лексической семантики как единой целостной системы. Одним из структурных методов является *метод компонентного (семного) анализа*, основная идея которого – разложить значения слов на более простые элементы. Данный метод представляется нам наиболее эффективным при описании системных свойств слов, в частности, синонимов китайского языка в пределах синонимического ряда. Определение типов синонимических связей в границах семантического поля, выявление интегральных и дифференциальных признаков, ядерных и периферийных семантических компонентов позволяет наиболее полно охарактеризовать синонимическую подсистему языка.

Тема одежды выбрана неслучайно, поскольку в повседневной жизни она играет огромную роль, наряду с продуктами питания и жильём, является предметом первой необходимости. В китайском языке существует немало идиом, подчеркивающих значимость и роль одежды, например: 天衣无缝 [tiān yī wú fèng] – дословно «платье небожителей не имеет швов», в значении «совершенный, безупречный»; 自己的衬衫最贴身儿 [zìjǐ de chènshān zuì tiē shēn er] – «своя рубашка ближе к телу» и другое.

Актуальность видится в слабой изученности данной группы слов в синонимической подсистеме языка. Более тщательное исследование семантической структуры синонимов вносит определённый вклад в преподавание китайского языка как иностранного.

В работе **объектом** выступают синонимы лексико-семантической группы “外衣 / верхняя одежда” китайского языка.

Предметом изучения является выделение интегральных и дифференциальных сем в семной структуре рассматриваемых существительных.

Цель предпринятого исследования – максимально полное выявление семной структуры семем с опорой на их словарные дефиниции. Для реализации поставленной цели решаются следующие **задачи**: 1) осуществить ретроспективный анализ проблем, связанных с темой исследования; 2) отобрать фактологический материал путем целенаправленной выборки из различных лексикографических источников по китайскому языку; 3) провести семный (компонентный) анализ семантики лексем лексико-семантической группы “外衣”, выявив интегральные и дифференциальные семы; 4) выделить ядерную и периферийную части синонимического ряда существительных; 5) выявить синонимические связи между лексемами внутри семантического поля.

Источником фактологического материала послужили «Словарь Канси» [1], “新华字典” \ Словарь иероглифов Синьхуа [2], «Электронный словарь китайских иероглифов» [3] и «Новый китайско-русский словарь» А.В. Котова [4].

Применяемая в работе методика целенаправленной выборки позволила выделить 216 синонимов, 155 из которых относятся к наименованиям верхней одежды.

Результаты семного анализа представлены в виде таблицы (см. ниже). Так, в иерархической структуре лексического значения слова «жилет» архисемами являются «верхняя одежда», «без рукавов» и «без воротника». Дифференциальными семами как отличительными смысловыми компонентами выступают «мужская одежда» (马甲, 比甲), «с коротким рукавом» (褡, 半臂, 两当), «с воротником» (坎肩), «облегающей, плотной формы» (背心, 背子), «зимний сезон ношения» (坎肩).

Сему «предназначение» можно разделить на «для борцов» (褡), «воинов» и «верховой езды» (马甲, 比甲).

Таблица. Синонимический ряд слова «жилет» в китайском языке

слово	Семы													актуальность ношения	
	в. н.	м. уж.	б. ез. рукавов	с. корот. рук	с. воротн.	б. ез. воротн.	о. блегающ.	н. осят зим.	д. ля борцов	д. ля воин. ов	д. ля верх. езд. ы	на ц. специф.	с. т.	с. овр.	
	背心	+		+			+	+							+
背子	+		+			+	+							+	
褡	+		+			+						+		+	
褡 砍 肩儿	+		+	+		+				+		+		+	
坎 肩	+		+		+	+		+				+		+	
半 臂	+		+	+		+						+		+	
两 当	+		+	+		+						+		+	
两 当衫	+		+			+						+		+	
褡 裆	+		+			+						+		+	
马 甲	+	+	+			+	+			+	+	+		+	
比 甲	+	+	+			+				+	+	+		+	

В основном синонимический ряд составляют лексемы, именующие старинные разновидности жилета китайского покроя.

Рис. Китайский жилет “坎肩”

Согласно толковому словарю иероглифов, “坎肩 [kǎnjiān] – 坎肩, 无袖短上衣. 传统的坎肩, 套在夹



衣、毛衣、薄棉衣外面，有棉坎肩、皮坎肩等，增强肩部御寒，多无领。后来的西服坎肩、时装坎肩，紧身无领，又称马甲，名称来源于骑兵甲冑” [5].

Перевод: «Укороченная верхняя одежда без рукавов. Традиционный жилет-безрукавка, надеваемый поверх платья на подкладке (зимней одежды), свитера, тонкого хлопкового ватника (также зимнего обмундирования в старой китайской армии). Бывают хлопковые, меховые и другие жилеты с кожаными ремешками-креплениями на плечах, защищающими от холода, большинство без воротника. Более поздние костюмы-безрукавки, модные жилеты были плотно облегающими без воротника, также известные как 马甲 \ мацзя ‘жилет’, получившие свое название от кавалерийских доспехов».

В современном китайском языке наименованиями жилета являются лексемы背心 [bèixīn], 马甲 [mǎ jiǎ] и坎肩 [kǎn jiān], но背心 также обозначает и майку. Как известно, китайское иероглифическое письмо основывается на визуализации, устойчивые комбинации, то есть ключи выполняют смыслоразличительную функцию. Анализ синонимического ряда показывает, что для слов背心, 背子和背襟 общим компонентом является элемент背[bèi], обозначающий «спина». В семантике данных существительных актуализирована сема «способ эксплуатации одежды». Иначе говоря, это предмет одежды, надеваемый сверху, обхватывающий спину. По способу эксплуатации верхняя одежда подразделяется на плечевой и поясной. Примером служат слова-синонимы 砍肩儿 [kǎn jiānr] и坎肩 [kǎn jiān], где корневой элемент肩 [jiān] – плечо.

Сема «размер, величина» актуализирована в семеме半臂 [bàn bì], где структурные компоненты半 – половина,臂 – рука (от плеча до запястья; локоть), данный признак отражен в дефиниции слова – 短袖或无袖上衣 \ верхняя одежда, безрукавка, жилет с короткими рукавами или без рукавов [3] и стар. род безрукавки со свешивающимися впереди полами, надевалась поверх платья придворной дамы (династии Суй-Тан) [4].

Согласно классификации А.Л. Семенов, по формальной структуре синонимы китайского языка подразделяются на 3 типа:

- *односложные* (1-й тип);
- *односложные* или *двусложные* (2-й тип) с разграничением на два подтипа: с частично совпадающими и не имеющими общих компонентов;
- *многосложные слова* (3-й тип) с 3 подтипами: а) без общих компонентов, б) с одинаковыми компонентами, но разным порядком их следования и в) частично совпадающими компонентами [6, с. 145 – 147]. В пределах данного синонимического ряда присутствуют все 3 типа формально-структурной организации, например: односложный襟 [dǎ], двусложные两当, 裋裆 [liǎng dāng] и многосложный两当衫 [liǎng dāng shān]. Общий ключевой знак для трёх семем – 当 [dāng] – кожаный нагрудник. Боковая графема (от ключа 衣 – «одежда») указывает на категориальную принадлежность существительных, 氅 (длинная шерсть, пух) – материал изготовления и 两 (два) – количественный показатель, так как эскиз жилета делится на переднюю (грудь) и заднюю (спина) части. В Древнем Китае носили верхнюю одежду裋裆, являющуюся прообразом современного жилета, туники, Надеваемый воинами жилет назывался 裋裆甲 [liǎng dāng jiǎ], а простыми людьми – 裋裆衫 [liǎng dāng shān].

Семемы马甲 [mǎ jiǎ] и比甲 [bǐ jiǎ] по своему структурному составу являются частично совпадающими, поскольку содержат иероглиф甲, обозначающий «панцирь, твердая оболочка»; «доспехи»; «воин в доспехах, латник, тяжеловооружённый боец». Сема «предназначение» входит в состав семы马甲, так как ключ 马 (馬 mǎ) – лошадь. В древние времена такую одежду надевали при верховой езде.

Таким образом, мы провели семный (компонентный) анализ на примере одного синонимического ряда «жилет», входящего в лексико-семантическую группу “外衣 \ верхняя одежда”. Мы пришли к выводу о том, что в количественном соотношении

синонимов с частично совпадающими компонентами в китайском языке больше, чем с несовпадающими и абсолютными синонимами. Несомненно, проблема синонимии в китайском языке крайне актуальна. Синонимы отражают свойства реального, объективного мира, и по своей природе они характеризуются различной степенью семантической близости в пределах семантического поля, асимметричностью знака и значения. Перспективы исследования мы видим в дальнейшем изучении других коррелирующих с данной микрогруппой лексико-тематических групп, в языковом и межъязыковом сопоставлении слов-синонимов.

Литература и источники

1. 康熙字典 (Словарь Канси, XVIII-XIX вв.) / 張玉書, 陳廷敬. — 北京:汉语大辞典出版社, 2002. — 1718 页.
2. 新华字典(大字本). Словарь Синьхуа / 中国社会科学院语言研究所编. — 北京: 商务印书馆, 2009 — 700页.
3. 在线汉语字典 \ Электронный словарь китайских иероглифов. —Режим доступа: <http://xh.5156edu.com/>
4. Котов, А.В. Новый китайско-русский словарь / А.В. Котов. — М.: Дрофа, 2009. —612 с.
5. 坎肩历史. — Режим доступа: <https://baike.baidu.com/item/%E5%9D%8E%E8%82%A9/3370733?fromtitle=%E5%9D%8E%E8%82%A9%E5%84%BF&fromid=1816167>
6. Семенас, А.Л. Лексика китайского языка / А.Л. Семенас. — 2-е изд., стер. — М.: АСТ: Восток-Запад, 2005. — С. 145 – 147.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Абдуллаева Ф. Э., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 81’373.49

«БЕДНОСТЬ» И «БОГАТСТВО» КАК ОБЪЕКТЫ ЭВФЕМИЗАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО И КИТАЙСКОГО ЯЗЫКОВ)

Карнович П. В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

joyiess1@yandex.ru

Данная работа посвящена теоретическому и практическому исследованию эвфемизмов, относящихся к тематическим группам «бедность» и «богатство», в русской и китайской лингвокультурах. Особый интерес в рамках поставленной проблемы представляет изучение эвфемизмов как языковых, когнитивных и культурных феноменов. Отдельное внимание в работе уделяется определению общего и отличного в понимании и определении границ термина «эвфемизм» в отечественной и зарубежной науке. Целью исследования является изучение национально-культурных особенностей эвфемии, а также использование эвфемизмов отдельных тематических групп в межкультурной коммуникации. Материалом для работы послужила эвфемистическая лексика, номинирующая тематические группы «богатство» и «бедность» в китайском и русском языках. В качестве источников исследования использованы данные словарей и справочников. В ходе данной работы были поставлены и решены такие задачи, как изучение теоретической базы явления эвфемизации в русской и китайской лингвокультурах; сбор и анализ эвфемизмов тематических групп «богатство» и «бедность» в сравниваемых языках; сопоставление китайских эвфемизмов с их аналогами в русском языке; раскрытие лингвокультурных особенностей отобранного

материала. Полученные результаты исследования могут быть использованы в сфере межкультурной коммуникации.

Ключевые слова: эвфемизм; тематическая группа; богатство; бедность; русский язык; китайский язык.

«POVERTY» AND «WEALTH» AS OBJECTS OF EUPHEMIZATION (ON THE BASIS OF THE RUSSIAN AND CHINESE LANGUAGE)

Karpovich P. V.

Kemerovo State University

This paper describes theoretic and practical research of euphemisms in the Russian and Chinese linguocultures on the basis of the chosen thematic group. Particular interest of the research consists of studying euphemisms as linguistic, cognitive and cultural phenomena. Special attention is paid to the principles of “euphemism” in national and foreign science. Specific consideration in the paper takes the determination of «general» and «unique» in awareness and definition in the ambit of the term “euphemism” in national and foreign science. The purpose of the research is to study the national-cultural characteristics of Euphemia, as well as the use of euphemisms of individual thematic groups in intercultural communication. The basis of the research is euphemistic vocabulary which nominates the thematic groups “Wealth” and “Poverty” in Chinese and Russian. Dictionary databases and handbooks are used as a source for the study. In the process, tasks such as studying the theoretical framework of Euphemia in Russian and Chinese; the collection and analysis of the chosen groups of euphemism both in above-mentioned languages; the comparison of Chinese euphemisms with their Russian analogues; the disclosure of linguistic and cultural features of the selected material are addressed and decided. The obtained results can be used in intercultural communication.

Key words: euphemism; thematic group; wealth; poverty; the Russian language; the Chinese language.

В большинстве известных языков присутствуют особые единицы – эвфемизмы, которые служат основой для успешного коммуникативного акта, выступают посредниками между собеседниками, как в межкультурном, так и в повседневном общении. Эвфемизм, таким образом, представляет собой языковую универсалию, которой ранее предшествовало табу – запрет на словесную номинацию [1, с. 270-271].

В отечественном языкознании под эвфемизмами (греч. *euphémismos* – благоречие) традиционно понимаются «эмоционально нейтральные слова или выражения, употребляемые вместо синонимичных им слов или выражений, представляющихся говорящему неприличными, грубыми или нетактичными» [2, с. 590]. Стоит отметить, что в китайской лингвистике подход к изучаемой теме значительно отличается. В переведенном нами «Практическом словаре эвфемистических слов и словосочетаний» [3] язык оценивается как «инструмент» общения, поэтому необходимо использовать его крайне осторожно, чтобы не навредить собеседнику. Целью повседневного общения людей признается достижение духовного контакта. Эвфемизм служит в этом посредником и отражает уровень воспитания человека, помогая смягчить конфликтные темы [3].

Изучение научной литературы по данной проблеме также показывает, что подходы к классификациям эвфемизмов существенно отличаются в зарубежной и отечественной лингвистике. Так, в работах российских исследователей описаны следующие тематические группы: смерть и связанные с ней явления; сексуальные отношения; умственные и физические недостатки, болезни; эвфемизмы сферы физиологии; порицаемые действия; части тела; богатство, деньги; материальное положение, бедность; непрестижные профессии; военные действия; беды, несчастья; возраст, старость; сверхъестественные силы; пьянство; свадебная лексика; эвфемизмы-обращения [4, с. 71].

Перечень и содержание тематических групп эвфемизмов в китайской лингвистике представлены иначе: 1. Вежливость, контакты; 2. Воодушевление, похвала; 3. Условия, положение (материальное положение); 4. Наставления, критика; 5. Выражение сочувствия; сочувствие, почтение памяти умершего и выражение соболезнования семье покойного (обнищание, нужда); 6. Ощущения, воспоминания (тоска); 7. Ведение дел, события; 8. Организм человека, жизненные процессы; 9. Времена года, вес; 10. Наименование, профессии; 11. Таланты, недостатки; 12. Оценка, одобрение [3, с. 5-6].

На наш взгляд, научный интерес представляет обращение к тематическим группам «бедность» и «богатство» с точки зрения изучения подхода к позициям материального положения в двух разных лингвокультурах.

Обратимся к анализу языкового материала, представленного в лексикографических источниках сравниваемых языков. В «Словаре эвфемизмов русского языка» Е. П. Сеничкиной можно найти множество примеров, относящихся к группам «богатство» и «бедность», например: *водится копеечка, финансовые ресурсы и экономические затруднения, малосостоятельный* [5]. Носители китайского языка в этом случае будут использовать такие выражения, как 一贫如洗 “ни кола, ни двора”, 家徒四壁 “в доме только четыре стены” (в значении крайняя нищета) и 腰缠万贯 “нести с собой 10 000 связок монет” (быть чрезвычайно богатым), 大富大贵 “знатный и богатый” [6].

Опираясь на проведенное лингвистом Ч. Чаном диссертационное исследование, можно увидеть количественную неоднородность заполнения эвфемистических групп «богатство» и «бедность» в зависимости от принадлежности к той или иной лингвокультуре [4, с. 17]:

Таблица № 1.

Название тематической группы	Количество единиц (%) в русском языке	Количество единиц (%) в китайском языке
1. Богатство	36 (2,8)	118 (4,4)
2. Бедность	35 (2,7)	44 (1,7)

Объектом исследования в нашей работе являются эвфемистические выражения, представленные в русском и в китайском языках, а предметом исследования – способы и средства выражения эвфемии, особенности её функционирования в тематических группах «богатство» и «бедность».

Рабочая гипотеза исследования состоит в следующем: изучение эвфемии как лингвокультурного феномена позволит выявить общее и специфическое в способах и средствах образования эвфемизмов, их тематическом наполнении в русском и китайском языках. Для подтверждения выдвинутой нами гипотезы был проведен психолингвистический эксперимент, целью которого было изучение национально-культурных особенностей эвфемии, а также использование эвфемизмов отдельных тематических групп в межкультурной коммуникации. В анкетировании приняли участие 30 российских и китайских студентов в возрасте от 18 до 21 года.

Информантам была предложена анкета с подробным инструктажем по выполнению задания, включающего объяснение термина «эвфемизм», образец для заполнения и примеры возможных ответов. Информантам предлагалось заполнить при помощи известных им эвфемизмов пропуски в двух предложениях таким образом, чтобы не обидеть человека:

- 1) В этом году он не поедет в отпуск. У него _____
Он имеет _____
Он _____
- 2) В прошлом году моя коллега купила машину и загородный коттедж.
Она _____
У нее _____

В качестве дополнительного задания студентам предлагалось вспомнить и написать другие эвфемизмы, которые возможны в ситуации упоминания тем бедности или богатства.

Результаты нашего анкетирования можно представить в форме таблицы для ответов носителей русского (таблица № 2) и китайского (таблица № 3) языков.

Таблица № 2.

Тематическая группа	Частотные ответы	Единичные ответы
Бедность	1. нет средств (10) 2. финансовые трудности (7) 3. ограничен в средствах / финансах (5)	1. наступило безденежье 2. сейчас в трудном финансовом положении
Богатство	1. при деньгах (3) 2. хороший/высокий достаток (3)	1. находиться при деньгах 2. есть на это возможность

Таблица № 3.

Тематическая группа	Частотные ответы	Единичные ответы
Бедность	1. 经济危机 “экономический кризис” (3) 2. 有点经济紧张 “немного напряженное материальное положение” (2) 3. (最近) 吃土 “(в последнее время) питается землей” (2)	1. 经济状况 “экономическое положение” 2. 最近手头不大宽裕 “В последнее время в кармане не очень зажиточно” 3. 手头有点紧 “немного испытывает денежные трудности”
Богатство	1. (还) 挺有钱的 “достаточно много денег” (3) 2. 这/那个经济实力 “такую/ту экономическую мощь” (3) 3. 手头宽裕 “при деньгах” (2)	1. 出手很阔绰 “живет на широкую ногу” 2. 生活很滋 “условия жизни комфортабельны” 3. 较高经济收入 “относительно высокий материальный доход”

Помимо тем «богатство» и «бедность» представители китайской стороны в качестве примеров эвфемизмов предложили единицы, относящиеся к тематической группе «смерть»: 老 “состариться”, 过世 “покинуть мир”, 安息 “вечный покой”, 驾鹤西去 “верхом на журавле унести на запад”. Носители русского языка следовали строго инструкции, эвфемизмов других тематических групп в анкетах не было представлено.

Как показывают результаты эксперимента, приведенные выше примеры тематических групп «бедность» и «богатство» и в русском, и в китайском языке представлены в речевой практике достаточно обширно. В русской лингвокультуре по данным эксперимента эвфемизация преобладает в сфере «бедность» (50 лексем). В китайской лингвокультуре к эвфемизации прибегают в обеих группах примерно одинаково («бедность» – 51, «богатство» – 48). Полученные нами статистические данные только частично подтверждают результаты, предложенные в автореферате Ч. Чана, что требует продолжения работы, начатой в пилотном этапе эксперимента.

Таким образом, результаты эксперимента подтвердили выдвинутую в работе гипотезу. Перспектива нашей работы связана с дальнейшим сбором материала, увеличением количества информантов для более точного анализа языковой базы сравниваемых лингвокультур.

Литература и источники

1. Денисова, Э. С. Эвфемизм как уникальный языковой феномен в русской и китайской лингвокультурах (на материале тематической группы «Профессии») / Э. С. Денисова, М. Б. Халиман // Экология языка и коммуникативная практика. – 2016. – № 2(7). – С. 270-280.
2. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – 2-е изд. – М.: Большая российская энциклопедия, 2000. – 688 с.
3. Яцзюнь Ван. Практический словарь эвфемистических слов и словосочетаний. – Китай, Шанхай. – 2005. – 434 с.
4. Чжан, Ч. Эвфемизация в русском и китайском языках: лингвокультурологический и лингвопрагматический аспекты: автореф. дис. канд. филол. наук: 10.02.20 / Чань Чжан. – Волгоград, 2013. – 24 с.
5. Сеничкина, Е. П. Словарь эвфемизмов русского языка / Е. П. Сеничкина. – М.: Наука: Флинта, 2008. – 464 с.
6. Поисковая система ZhidaoBaidu [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://zhidao.baidu.com/question/569150867.html> (дата обращения: 04.03.2020).

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Денисова Э. С., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 811: 81-25

ОСОБЕННОСТИ МИРОВИДЕНИЯ РУССКИХ, КИТАЙЦЕВ И ТЮРКОВ ЧЕРЕЗ ПАРЕМИИ О ГЛУПОСТИ ЧЕЛОВЕКА

Керексibesова У. В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
kereksibesova@gmail.com

Цель статьи - через анализ паремий в русском, китайском и тюркских языках выявить особенности этносемантического пространства концепта Глупость, эксплицируемых в межъязыковых синонимах. Пословицы и поговорки, являясь культурным кодом нации, обнаруживают уникальный взгляд на мир и его интерпретацию русскими, китайцами тюрками. Устойчивые высказывания характеризуются аксиоматичностью и национально детерминированной идиоматичностью. Являя фрагмент ценностной картины мира, паремии через слоты, направляемые внешней, надсистемной, структурно-логической детерминантой (пропозициональными структурами), оказываются обусловленными детерминантами культурологического характера (явленными в пропозициях). Последние прогнозируют реализацию этносемантического пространства концепта Глупость, актуализированного в пословичных текстах.

Ключевые слова: концепт, пропозиция, пропозициональная структура, слоты, разноструктурные языки.

PECULIARITIES OF THE WORLDVIEW OF RUSSIANS, CHINESE AND TURKS THROUGH PROVERBS ABOUT HUMAN STUPIDITY

Kereksibesova U. V.

Kemerovo State University

In the article, through the analysis of paremias in Russian, Chinese and Turkic languages, ethnosemantic components of synonyms that realize the concept of Stupidity were found. Proverbs and sayings, being the cultural code of the nation, reveal a unique view of the world and its interpretation by the Russians, the Chinese and the Turks. At the same time, stable statements are actualized within the boundaries of propositional structures, showing the identity of the mechanism of the brain of people speaking different structured languages.

Keyword: concept, synonyms, proposition, propositional structure, different structured languages.

Паремия присуща всем языкам современного мира. «Устойчивые выражения емко, образно, эмоционально интерпретируют явления окружающего мира. На основе анализа фразеологизмов разных этносов можно выявить особенности мировоззрения нации, народности, понять дух нации, обусловленный языком, в котором он реализован. С одной стороны, люди современной цивилизации выражают мысль в словах по одним и тем же абстрактным логическим схемам, пропозициональным структурам, с другой – под влиянием внутреннего формально-семантического устройства каждого конкретного языка и культурных концептов, представленных в языке, – пропозициональные структуры реализуются в свойственных конкретному языку вербализованных пропозициях, проявляющих его самостийность» [Араева 2014: 20].

В данной работе мы через анализ паремий в русском, китайском и тюркских языках конструируем этносемантическое пространство концепта «глупость». Паремии представляют культурный код народа, его уникальный взгляд на мир. Метод пропозиционально-фреймового моделирования позволяет выявить глубинные (пропозициональные структуры (ПС) – логические абстрактные суждения с предикативно связанными актантами) и поверхностные, вербализованные в границах этих ПС суждения (пропозиции). Паремии, являясь фрагментом языковой картины мира, через слоты, направляемые пропозициональными структурами, становятся детерминантами культурологического характера, выраженными в пропозициях. Таким образом, паремии позволяют выявить этносемантическое пространство, актуализированное в пословичных текстах концепта «глупость».

Концепт «глупость», обозначающий отрицательное качество человека, в разных лингвокультурах осознается специфично. Каждый народ вкладывает в данное понятие свое понимание, обусловленное мировоззрением, привычками, обычаями, культурой народа и особенностями территории проживания этноса.

Например, в китайском языке – «глупый тот, у кого большая (глупая), как тыква, голова»: 大傻瓜 dà shǎguā большая глупая тыква; 瓜越大越傻 guā yuè dà yuè shǎ чем больше тыква, тем она глупее. То есть в китайской лингвокультуре голова глупого человека сравнивается с размером тыквы. В русской лингвокультуре также отмечено сравнение головы глупого человека с тыквой, но при этом используется иной признак тыквы. У глупца голова пустая, как у тыквы. При этом она может быть как большой, так и маленькой: по тыквке постучи. В данном случае реализуется полипропозициональная структура «субъект, характеризуемый по признаку части целого» и «субъект, характеризуемый по признаку объекта». Ядерным для обеих лингвокультур является слот «соматизм (голова), который сравнивается с тыквой, продуктом, широко используемом в китайской и русской лингвокультурах».

В алтайской и телеутской лингвокультурах отмечены паремии в которых указывается на отсутствие мозгов у глупого человека: *ак букада үн жок, алгас кижиде сыгыш жок - у белого быка нет голоса, у глупого нет мозгов*. Данная паремия представлена двумя ПС, противопоставленными друг другу: ПС «объект по отсутствию другого объекта» и ПС «субъект, негативно характеризуемый по отсутствию объекта». Паремия реализуется через слоты: (1) наименование животного через отсутствующий соматизм (голос), присущий всем остальным животным указанного вида (быкам); (2) наименование человека по отсутствию мозгов, что присуще представителям человеческого рода. В первом случае отсутствует экспрессия, во втором – проявляется негативное отношение к глупому человеку. Такой вид сравнения глупого человека с животным не характерен для русской лингвокультуры. Объединяющим элементом, как представляется, здесь является отсутствие характерного для животных и людей признаков. При этом по отношению к животным не

наблюдается коннотации, а вот по отношению к человеку проявляется негативное отношение. Следует отметить, что бык в алтайской лингвокультуре не является глупым животным. Знания алтайцев о белом быке (что у него нет голоса) противопоставляется человеку, у которого нет мозгов.

Такие зерновые культуры, как рис, пшеница и бобы, широко распространены в Китае в силу того, что они являются в этой стране главными продуктами питания. Неслучайно среди рассмотренных паремий встречаются наименования зерновых культур: *不辨菽麦* *bù biàn shū mài* – *не отличать бобы от пшеницы* в значении *не знать самых простых вещей, ни в чём не разбираться, быть круглым невеждой*. Глупость характеризуется через ПС «субъект, характеризующийся неумением выполнить определенное действие».

Из тюркских нами рассматриваются алтайский и телеутский языки. Выбор языков в данной работе не случаен. Телеутский язык – язык телеутов, коренного малочисленного народа Сибири, численность которого в настоящее время составляет примерно 2 500 человек, 1 500 из них проживает в с. Беково Беловского района Кемеровской области. В настоящее время телеуты в результате ассимиляции с русскоязычным населением забывают свои обычаи, традиции и язык. Проблема сохранения этнической культуры, языков коренных малочисленных народов является актуальной задачей. Представители коренного населения Севера – телеуты – включены в программу ЮНЕСКО «Охрана малых народов мира». Проблемой сохранения языка и культуры телеутов с 2007 года занимается кафедра стилистики и риторики Кемеровского государственного университета под руководством профессора Араевой Людмилы Алексеевны. Опыт работы по сохранению телеутской лингвокультуры описан в: [Араева, Абдуллаева, Булгакова, Го Лихун, Калентьева, Керексибесова, Крейдлин и др. 2018; Араева, Булгакова, Калентьева, Керексибесова, Крейдлин и др. 2016; Араева, Крейдлин, Проскураина 2017].

Алтайский является генетически родным языком автора этой работы. Телеутский и алтайский языки имеют много общего. Сбор паремий телеутского языка является нелегкой задачей, так как многое телеутами забыто. Сбор материала телеутского языка стал возможным благодаря материалам, собранным на моей родине в Кош-Агачском районе республики Алтай, где проживает коренной малочисленный народ – теленгиты. Теленгиты не поддались влиянию времени и сохранили свой уклад и культуру. Их быт за сотни лет практически не изменился, а древние верования и традиции сохранились благодаря географическому положению мест проживания теленгитов. Кроме этого, алтайский язык, на котором говорят теленгиты, наряду с русским является государственным на территории республики Алтай. Теленгиты считают себя язычниками и продолжают практиковать шаманские обряды и следовать ритуалам далеких предков, почитают и поклоняются природе.

Следует отметить, что телеутский, в отличие алтайского, является бесписьменным языком, что препятствует сохранению языка и культуры этого народа.

Таким образом, анализ концепта «глупость» через паремии позволил нам выявить общее и специфичное в понимании глупости в разных языках.

Данная тема будет изучаться нами в дальнейшем. Сопоставление позволит выявить общее и специфичное в этих лингвокультурах и дополнить языковую картину мира телеутов.

Литература и источники

1. Араева Л. А. Мир во фразеологизмах мира // Слово. Текст. Время XII. «Фразеология в идеолексии и системе славянских языков. К 200-летию Тараса Шевченко». Szczecin, Greifswald, 2014. С. 15-23.
2. Араева Л.А., Ф.Э. Абдуллаева, О.А. Булгакова, Го Лихун, Э.С. Денисова, Л.С. Калентьева, У.В. Керексибесова, Г.Е. Крейдлин и др. Языковая картина мира телеутов. 2-е изд., исп. и доп.. Кемерово, 2018, 280 с.

4. Араева Л.А., Булгакова О.А., Калентьева Л.С., Керексибесова У.В., Крейдлин Г.Е. и др. Языковая картина мира телеутов. Кемерово, 2016, 237 с.

5. Араева Л.А., Крейдлин Г.Е., Проскурина А.В. Язык телеутов (работа по описанию языка коренного малочисленного народа России) // Сибирский филологический журнал. 2017. № 4. С. 288–292.

Научный руководитель – д-р. филол. наук, проф. Араева Л. А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 81'373.49

ЭВФЕМИЗАЦИЯ ЛЮБВИ И ЕЕ ПРОЯВЛЕНИЙ В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ

Коллер А. Е.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

koller_sasha@mail.ru

Данная работа посвящена теоретическому и практическому исследованию эвфемизмов в русском и китайском языках на основе тематической группы «любовь». Значительное внимание уделяется сопоставительному анализу эвфемизмов в изучаемых лингвокультурах. Целью исследования является изучение эвфемизмов разных языков и выявление их культурно-национальной специфики. Материалом для работы выбрана эвфемистическая лексика тематической группы «любовь» в русском и китайском языках. В качестве источников исследования использованы данные словарей и справочников. В процессе написания работы решаются несколько основных задач, таких, как: изучение теоретической основы исследования эвфемизмов в отечественной и зарубежной лингвистике; разграничение понятий «эвфемизм», «политкорректность» и «дисфемизм»; выявление и описание состава эвфемизмов, относящихся к тематической группе «любовь» в китайском и русском языках; рассмотрение особенностей восприятия эвфемизмов в разных лингвокультурах с помощью лингвистического эксперимента. Полученные результаты исследования могут быть применены в сфере межкультурной коммуникации.

Ключевые слова: тематическая группа; эвфемизм; любовь; китайский язык; русский язык

EUPHEMISMS OF LOVE AND ITS PHENOMENON IN THE RUSSIAN AND CHINESE LINGUOCULTURES

Koller A. E.

Kemerovo State University

This work is devoted to the theoretical and practical study of euphemisms in the Russian and Chinese languages based on the thematic group "love". Considerable attention is devoted to the comparative analysis of euphemisms in the studied linguistic cultures. The aim of the research is to study the euphemisms of different languages and identify their cultural and national specifics. The material for the work is learned euphemistic vocabulary of the thematic group "love" in Russian and Chinese. Data from dictionaries and reference books are used as research sources. In the process of writing the paper, several main tasks are solved, such as studying the theoretical basis for the study of euphemisms in domestic and foreign linguistics; distinguishing the concepts of "euphemism", "political correctness" and "dysphemism"; identifying and describing the composition of euphemisms related to the thematic group "love" in Chinese and Russian; considering the features of perception of euphemisms in different linguistic cultures using a linguistic experiment. The results of the study can be used in the field of intercultural communication.

Keywords: thematic group; euphemism; love; Chinese; Russian

В каждой культуре можно найти эвфемизмы, которые являются языковыми универсалиями и служат заменой тех слов или выражений, которые нежелательны в обществе и могут привести к коммуникативной неудаче. Под эвфемизмами (греч. *euphémismos* – благоговение) традиционно понимаются «эмоционально нейтральные слова или выражения, употребляемые вместо синонимичных им слов или выражений, представляющих говорящему неприличными, грубыми или нетактичными» [1, с. 590]. Например, в русском языке мы скорее всего скажем *адюльтер* вместо *супружеская измена*, а в китайском *第三者*- (букв. “третье лицо”) вместо *情夫* *любовник (любовница)*.

Л. П. Крысин в своих работах систематизирует эвфемистические группы, разграничивая их на две большие сферы: 1) личную, касающуюся «личной жизни и личности говорящего, адресата и третьих лиц»; 2) социальную, касающуюся различных сторон жизни человека внутри общества. В свою очередь, внутри личной сферы он выделяет четыре группы эвфемизмов: физиологические процессы; части тела; болезнь и смерть; отношения между полами. А к социальной сфере относит эвфемизмы, которые затрагивают социально значимые темы, сферы деятельности человека, его отношений с другими людьми, с обществом, с властью [2, с. 384-408].

Мы считаем, что особое внимание представляет изучение тематической группы «любовь», как одной из табуированных тем в России и КНР. Обсуждение темы любви в разных культурах может быть грубой или неприличной, поэтому использование эвфемизмов в таких ситуациях уменьшает напряженность в социуме, скрывает негативный или неприятный смысл сообщаемого и улучшает общение между людьми.

Обратимся к анализу языкового материала, представленного в «Словаре эвфемизмов русского языка» Е. П. Сеничкиной, где можно найти большое количество примеров, относящихся к группе «любовь», например: *дама сердца, милый друг, рандеву, свободная любовь* [3]. В работе Тань Аошун «Китайская картина мира» также отмечается, что концепция любви в китайской культуре табуирована, следовательно, требуется использовать различные эвфемизмы для проявления чувств. Например, *破镜重圆* “разбитое зеркало снова стало круглым”, *缺缺月重圆* “ущербная луна вновь стала полной”, *白头偕老* “дожить вместе до сорока, когда волосы покроются серебром” [4].

Объектом исследования в нашей работе являются эвфемизмы русского и китайского языков, а предметом исследования – способы выражения эвфемии, выявляющие их специфику в русском и китайском языках.

Рабочая гипотеза нашего исследования заключается в том, что сбор нового материала позволит проанализировать способы образования эвфемизмов анализируемой тематической группы в разных лингвокультурных сообществах. Для подтверждения выдвинутой нами гипотезы нами был проведен лингвистический эксперимент, целью которого было изучение национально-культурных особенностей эвфемизации темы любви в России, а также использование эвфемизмов тематической группы «любовь» в межкультурной коммуникации. В анкетировании приняли участие 36 российских студентов в возрасте от 18 до 22 лет.

Респондентам была предложена анкета, включающая в себя следующий инструктаж по выполнению задания: «В языке каждого народа есть эвфемизмы (греч. *euphémismos* – благоговение). Это слова и выражения, заменяющие те, которые кажутся говорящему неприличными или грубыми. Например, в русском языке эвфемизмы часто используют вместо прямого обозначения любви / любовных отношений, например, *гражданский брак* вместо *связь без заключения брака*, *муж на час* вместо *случайный любовник*, *адюльтер* вместо *супружеская измена*».

Студентам предлагался материал из публикаций в СМИ, посвященный Олегу Соколову, преподавателю СПбГУ, жестоко убившему свою аспирантку Анастасию Ещенко, с которой он до этого жил вместе три года. Выбор данного материала объяснялся наличием большого количества эвфемистических выражений, представленных в тексте статей, посвященных

данному событию. Информантам необходимо было заполнить пропуски эвфемизмами, которые, по их мнению, являются наиболее подходящими по смыслу, а также привести собственные примеры эвфемизмов, которые им известны по этой теме.

Оригиналы контекстов из публикаций в СМИ представлены в таблице № 1.

Таблица №1.

п/п	Контексты из публикаций в СМИ
.	Напомним, аспирантка Анастасия Ещенко стала жертвой бывшего доцента СПбГУ Олега Соколова. Историк признался в убийстве 24-летней сожительницы, с которой <u>состоял в романтических отношениях</u> . На суде он сказал, что они любили друг друга и планировали заключить брак [5].
.	Утром Олег Соколов спрятал тело погибшей и позже принимал у себя гостей — в той самой квартире, где убил свою <u>возлюбленную</u> [6].
.	По предварительным данным, девушка стала жертвой своего преподавателя и <u>любовника</u> - известного историка Олега Соколова [7].
.	Отпираться кавалер ордена Почетного легиона не стал и сознался, что с бывшей студенткой его связывают <u>отношения</u> отнюдь <u>не только профессиональные</u> [8].
.	С одной из бывших студенток у Олега Соколова, судя по всему, тоже была <u>не простая связь</u> [6].

Отметим, что подчеркнутые в таблице № 1 выражения являются эвфемистическими оборотами, а слова, выделенные жирным шрифтом, - теми лакунами, которые требовалось самостоятельно заполнить информантам.

Результаты нашего анкетирования можно представить в форме таблицы, иллюстрирующей ответы участников анкетирования.

Таблица № 2.

п/п	Контекст	Варианты ответов	Статистика ответов		
.	Напомним, аспирантка Анастасия Ещенко стала жертвой бывшего доцента СПбГУ Олега Соколова. Историк признался в убийстве 24-летней сожительницы, с которой состоял в _____ отношениях. На суде он сказал, что они любили друг друга и планировали заключить брак.	близких	1 4	38%	14 - Ж
любовных		1 2	33%	10-Ж; 2-М	
тесных		1	3%	1-Ж	
теплых		1	3%	1-М	
свободных		1	3%	1-М	
интимных		1	3%	1-М	
отказ		6	17%	2-Ж; 4-М	
.	Утром Олег Соколов спрятал тело погибшей и позже принимал у себя гостей — в той самой квартире, где убил свою _____.	возлюбленную	1 4	38%	13-Ж; 1-М
сожительницу		1 0	27%	6-Ж; 4-М	
фаворитку		1	3%	1-Ж	
любовницу		3	8%	3-Ж	
партнершу		1	3%	1-М	
жертву		1	3%	1-М	
супругу		1	3%	1-Ж	
любимую		1	3%	1-Ж	
подругу		1	3%	1-М	
содержанку		1	3%	1-Ж	
студентку		1	3%	1-Ж	
Отказ от ответа	1	3%	1-Ж		
.	По предварительным данным, девушка стала жертвой своего преподавателя и _____ - известного историка Олега Соколова.	сожителя	6	17%	6-Ж
избранника		2	5%	2-Ж	
наставника		2	5%	2 -Ж	
кавалера		1	3%	1-Ж	
любимого		2	5%	2-Ж	

		человека			
		возлюбленного	4	12%	2-Ж; 2-М
		ухажера	1	3%	1-Ж
		любовника	7	19%	4-Ж; 3-М
		партнера	3	8%	2-Ж; 1-М
		доцента	1	3%	1-М
		будущего мужа	1	3%	1-Ж
		Отказ от ответа	6	17%	3-Ж; 3-М
	Отпираться кавалер ордена Почетного легиона не стал и сознался, что с бывшей студенткой его связывают отношения отнюдь не только _____	дружеские	6	17%	5-Ж;1- М
		деловые	5	14%	2-Ж; 3-М
		платонические	1	3%	1-Ж
		любовные	2	5%	1-Ж; 1-М
		профессиональн ые	3	8%	3-Ж
		формальные	2	5%	2-Ж
		учебного характера	5	14%	5-Ж
		рабочие	2	5%	2-Ж
		обучающегося характера	1	3%	1-Ж
		близкие	1	3%	1-Ж
		простые	1	3%	1-Ж
		педагогические	1	3%	1-М
		образовательные	1	3%	1-М
	Отказ от ответа	5	14%	3-Ж; 2-М	
	С одной из бывших студенток у Олега Соколова, судя по всему, тоже была _____ связь.	любовная	1 1	31%	9-Ж; 2-М
		<i>промискуитетна я</i>	1	3%	1-Ж
		тесная	2	5%	2-Ж
		интимная	1 2	34%	6-Ж; 5-М
		романтическая	2	5%	2-Ж
		близкая	2	5%	2-Ж
		личная	1	3%	1-Ж
		не только духовная	1	3%	1-Ж
		физическая	1	3%	1-Ж
		отказ	3	8%	2-М

На наш взгляд, предлагаемые для анкетирования тексты подходят для выявления эвфемизмов тематической группы «любовь». Участники в качестве примеров предложили такие варианты, как *возлюбленный*, *партнер (партнерша)*, *физическая близость*, *любовная связь*. Все они представлены в словаре эвфемизмов Е. П. Сеничкиной [3].

Как отмечают исследователи, эвфемизмы чаще всего являются заимствованными единицами. Это подтверждает и выражение «*промискуитетная связь*», данное одним из информантов. В словаре иностранных слов и выражений представлена статья, объясняющая происхождение и значение данного выражения: «*Промискуитет* [от лат. *promiscuus* – смешанный, общий] – предполагаемая стадия ничем не ограниченных половых

отношений, предшествовавших установлению в человеческом обществе норм брака и семьи» [9, с. 662].

Однако были среди ответов и такие примеры, которые не представлены в «Словаре эвфемизмов русского языка» Е. П. Сеничкиной, например: *тесные отношения, теплые отношения, свободные отношения, любимая, избранник, подруга, кавалер, ухажер, любимый человек*. Стоит отметить, что помимо темы «любовь» в анкетах были представлены эвфемизмы, относящихся к тематическим группам «возраст» (*человек в возрасте* вместо *старый*), «смерть» (*летальный исход* вместо *смерть*).

По результатам анкетирования можно сделать вывод, что в русском языке широко используется пласт эвфемизмов и их вариантов в рамках выбранной нами для исследования тематической группы. Часть из них активно используется носителями языка, но не зафиксирована в словаре, что отражает динамику лексического пласта эвфемизмов. Перспектива нашей работы связана с дальнейшим сбором материала, проведением аналогичного эксперимента для китайских респондентов для более точного анализа эвфемизмов в исследуемых языках.

Литература и источники

1. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – 2-е изд. – М.: Большая российская энциклопедия, 2000. – 688 с.
2. Крысин, Л. П. Эвфемизмы в современной русской речи / Л. П. Крысин // Русский язык конца XX столетия (1985–1995). – М.: Языки русской культуры, 2000. – С. 384–408.
3. Сеничкина, Е. П. Словарь эвфемизмов русского языка / Е. П. Сеничкина. – М.: Наука: Флинта, 2008. – С. 51–459.
4. Тань Аошуан Китайская картина мира: Язык, культура, ментальность. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 240 с.
5. Информационное агентство «Росбалт» [Электронный ресурс]. – Дата публикации: 13.11.19. – Режим доступа: <https://www.rosbalt.ru/piter/2019/11/13/1813025.html> (дата обращения: 18.03.20).
6. Интернет-газета «LENTA.RU» [Электронный ресурс]. – Дата публикации: 12.11.19. – Режим доступа: <https://lenta.ru/articles/2019/11/12/dotsent/> (дата обращения: 18.03.20).
7. Газета «Комсомольская правда» [Электронный ресурс]. – Дата публикации: 11.11.19. – Режим доступа: <https://www.tomsk.kp.ru/daily/27053.5/4119832/> (дата обращения: 18.03.20).
8. Российское электронное средство массовой информации «Правда.Ру» [Электронный ресурс]. – Дата публикации: 10.11.19. – Режим доступа: <https://www.pravda-tv.ru/2020/02/04/439454/hitroe-povedenie-akademik-oleg-sokolov-raschlenil-i-utopil-v-mojke-studentku-novye-podrobnosti-poslednie-novosti-rassledovaniya-foto-i-video-04-02-2020> (дата обращения: 18.03.20).
9. Новейший словарь иностранных слов и выражений. – М.: Современный литератор, 2005. – 976 с.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Денисова Э. С., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 811.1/.8

РОССИЙСКИЙ И КИТАЙСКИЙ ТУРИСТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС: АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ (на материале интернет-отзывов)

Маганова А.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

Melissavencel@gmail.com

Данная исследовательская работа посвящена теоретическому и практическому

исследованию туристического дискурса с точки зрения аксиологического аспекта. В данной статье представлены как выдержки из работ ведущих отечественных лингвистов, занимающихся проблемами лингвоперсонологии и дискурса, так и практическое исследование актуальности использования туристического дискурса в процессе современной речевой коммуникации. Особый интерес в рамках поставленной проблемы представляет изучение туристического дискурса как языковых, когнитивных и культурных феноменов. Цель статьи заключается в выявлении аксиологической доминанты российского и китайского туристического дискурса. Материалом исследования являются отзывы русских и китайских туристов об отдыхе на острове Хайнань. Объектом исследования является туристический дискурс как социокультурный феномен. Предметом — аксиологический аспект изучения российского и китайского туристического дискурса.

Для выявления аксиологической доминанты российского и китайского туристического дискурса необходимо решить следующие задачи: определить лингвокультурологические особенности изучения туристического дискурса в современной языковедческой науке, рассмотреть аксиологический аспект туристического дискурса, провести исследование специфики российского и китайского туристического дискурса на материале интернет-отзывов. Методология исследования основывается на историко-культурологическом и лингвокультурологическом подходе к пониманию сущности туристического дискурса, что обеспечивает целостное представление о его развитии, своеобразности, компонентах, месте и роли в социокультурном пространстве. В качестве источников исследования были использованы русские и китайские отзывы о курорте, оставленные на сайтах-форумах «pogoda.turtella.ru» и «tripadvisor.com.hk». Полученные результаты исследования могут быть использованы в курсах по межкультурной коммуникации, в туристических буклетах, положения и выводы работы дополняют и обогащают современные знания об особенностях развития туристического дискурса как социокультурного явления.

Ключевые слова: дискурс, лингвоперсонология, туристический дискурс, аксиология, аксиологический аспект, концепт, языковая личность.

RUSSIAN and CHINESE TOURIST DISCOURSE: AXIOLOGICAL ASPECT (based on the material Internet reviews)

Maganova A.

Kemerovo State University

This research work is devoted to theoretical and practical research of tourist discourse from the point of view of axiological aspect. This article presents both excerpts from the works of leading Russian linguists dealing with the problems of linguopersonology and discourse, and a practical study of the relevance of the use of tourist discourse in the process of modern speech communication. The study of tourist discourse as language, cognitive and cultural phenomena is of particular interest within the framework of this problem. The purpose of the article is to identify the axiological dominant of the Russian and Chinese tourist discourse. The research material is reviews of Russian and Chinese tourists on vacation on Hainan island. The object of research is tourism discourse as a socio-cultural phenomenon. The subject is the axiological aspect of studying Russian and Chinese tourist discourse.

To identify the axiological dominant of the Russian and Chinese tourist discourse, it is necessary to solve the following tasks: to determine the linguistic and cultural features of the study of tourist discourse in modern linguistics, to consider the axiological aspect of tourist discourse, to conduct research on the specifics of Russian and Chinese tourist discourse based on the material of Internet reviews. The research methodology is based on a historical-cultural and linguistic-cultural approach to understanding the essence of tourist discourse, which provides a holistic view of its development, originality, components, place and role in the socio-cultural space. The research sources used Russian and Chinese reviews of the product left on the forum sites "pogoda.turtella.ru" and "tripadvisor.com.hk". The obtained research results can be used in courses

on intercultural communication, in tourist booklets, the provisions and conclusions of the work complement and enrich modern knowledge about the features of the development of tourist discourse as a socio-cultural phenomenon.

Key words: discourse, linguopersonology, tourist discourse, axiology, axiological aspect, concept, language personality.

Дискурс как лингвистический и культурологический феномен на протяжении многих лет остается в центре внимания научных обсуждений, в этом проявляется его актуальность и научная ценность. Предметом многочисленных рассуждений и дискуссий стали коммуникативные характеристики дискурса и его функции в общественной практике [1]. Каждая сфера человеческой деятельности обладает собственным, характерным для нее, дискурсом, в котором реализуются способности человека к коммуникации и рефлексии. В данной статье мы рассмотрим аксиологический аспект туристического дискурса. Под «туристическим дискурсом» будем понимать текст, реализующийся в институциональных ситуациях общения в предметной области туризма. Данный тип дискурса отличается от другого (политического, учебного и т. д.) тем, что туристический дискурс — это особый подвид рекламного дискурса, выполняющий информативную функцию и одновременно связанную с ней убеждающую функцию. Рассмотрим этот тип дискурса на примере русского и китайского языков, уделяя большое внимание аксиологическому аспекту при анализе. Сейчас весьма популярен тезис об аксиологичности человеческого сознания. Ценность — это «положительная или отрицательная значимость объектов окружающего мира для человека, социальной группы, общества в целом, определяемая не их свойствами самими по себе, а их вовлеченностью в сферу человеческой жизнедеятельности, интересов и потребностей, социальных отношений» [2].

Актуальной становится проблема, связанная с сопоставительным изучением особенностей видения мира, картины мира в целом, оценки различных объектов действительности определенными этносами, народностями и т. д. В современном мире существуют различные картины мира, варьирующиеся в зависимости от представлений о действительности определенного этноса до особого видения мира отдельной языковой личностью. Важным компонентом картины мира является ценностный, аксиологический, компонент, присутствующий в представлениях субъекта сознания о действительности, который объективируется в языке, так как «совокупность наиболее существенных для данной культуры ценностных доминант определяет тип культуры, поддерживаемый и сохраняемый в языке» [2]. Сопоставление ценностных картин мира на примере русского и китайского языков объективирует сходства и различия в представлениях данных этносов о разнообразных явлениях, предметах окружающей действительности в сфере туризма. Таким образом, анализ оценочных реакций представителей данных групп позволит воссоздать ценностную картину мира людей этих национальностей.

Цель статьи заключается в выявлении аксиологической доминанты русского и китайского туристического дискурса. Материалом исследования являются отзывы русских и китайских туристов об отдыхе на острове Хайнань. Объектом исследования является туристический дискурс как социокультурный феномен. Предметом — аксиологический аспект изучения русского и китайского туристического дискурса. Для выявления аксиологической доминанты русского и китайского туристического дискурса необходимо решить следующие задачи: определить лингвокультурологические особенности изучения туристического дискурса в современной языковедческой науке, рассмотреть аксиологический аспект туристического дискурса, провести исследование специфики русского и китайского туристического дискурса на материале интернет-отзывов. Методология исследования основывается на историко-культурологическом и лингвокультурологическом подходе к пониманию сущности туристического дискурса, что обеспечивает целостное представление о его развитии, компонентах, месте и роли в социокультурном пространстве. Методом сплошной выборки мы сформировали

фактологическую базу, состоящую из 150 отзывов, оставленных русскими туристами на сайте pogoda.turtella.ru, и 150 отзывах, принадлежащих туристам из Китая (tripadvisor.com.hk).

В первую очередь мы рассмотрели отзывы русских и китайских туристов с точки зрения общей оценочной характеристики (хорошо\плохо). В результате исследования мы пришли к выводу, что все отзывы русских и китайских туристов содержат положительную оценку мест отдыха на острове Хайнань.

На втором этапе мы проанализировали микротемы, позволяющие судить об объекте оценки. Фактологическая база позволяет выявить такие микротемы в отзывах русских и китайских туристов: «море, пляж»; «природа»; «климат, погода»; «количество отдыхающих»; «место семейного отдыха»; «расстояние до аэропорта»; «достопримечательности»; «развлечения»; «питание»; «цены»; «шопинг».

На третьем этапе мы проанализировали количество оценочных реакций в отзывах туристов по обозначенным микротемам. Схожие реакции наблюдаются по следующим микротемам: реакции относительно моря и пляжа (62% в отзывах китайских туристов 43% в русских); отметить достопримечательности, находящиеся на острове, оказалось важным для 40% китайцев и 36% русских; оценка климата и погоды проявляется в 13% китайских текстов и 21% текстов, написанных на русском языке.

Более разнящимися являются реакции по таким микротемам: природа значима для 79% китайских туристов и 36% русских туристов. Рассказать о расстоянии до аэропорта посчитали нужным 31% китайских туристов и 11% русских. Количество отдыхающих было отмечено в 53% отзывов туристов из Китая и только в 19% из России. Полагаем, что это связано с большой численностью населения Китая. Следует отметить, что 17% китайских отзывов, содержащих оценку большого скопления туристов в местах отдыха, содержат отрицательные реакции, таких высказываний со стороны русских туристов отмечено не было. На Хайнань как место семейного отдыха было указано в 23% отзывов китайских туристов и в 44% русских. Мы обратили внимание на то, что около 7% русских туристов не рекомендуют остров для отдыха семьей.

Третья группа микротем указывает на наибольшее расхождение в процентных долях оценочных реакций. Микротемы «питание», «шопинг», «русско- и англоговорящие администраторы» не проявляются в отзывах китайских туристов, однако оценили питание 71% туристов-иностранцев, на возможность занятия шопингом обратили внимание 29% русских туристов, 27% русских туристов положительно оценивают русско- и англоговорящих администраторов. 60% русских туристов говорят о качественных развлечениях, на это обращают внимание только 8% китайцев. Положительная реакция на цены найдена в 23% китайских отзывов и в 58% русских.

Таким образом, в связи с изменением политических и экономических условий изменились и расширились представления о туризме. Современный туризм уже невозможен без отелей, туристических бюро, транспорта и т.п., обязательных атрибутов данного вида отдыха. Можно заключить, что ассоциативный потенциал лексем *турист* и *туризм* свидетельствует об изменениях в представлениях о туризме и, соответственно, об актуализации содержательного компонента лексем. Можно сделать вывод, что аксиологический компонент в туристических отзывах является одним из основных. Оценка тех или иных составляющих отдыха позволяет определить их значимость для представителей какой-либо языковой культуры. Как русские, так и китайские туристы положительно оценивают отдых на острове Хайнань. Наиболее значимыми для представителей обеих культур оказываются море и пляж, климат и погода, достопримечательности. Собранный банк данных позволяет отметить, что для русских важными оказались цены, питание, развлечения, шопинг, русско- и англоговорящие администраторы, что не было отмечено в отзывах китайских туристов.

Литература и источники

1. Сычева Е. В. К проблемам понимания термина «дискурс» // Молодой ученый.—2011. №3. Т.2. С. 42-46. URL <https://moluch.ru/archive/26/2852/> (дата обращения: 29.03.2020)
2. Карасик В.И. Культурные доминанты в языке // Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. С.166-205.
3. Языковая личность: моделирование, типология, портретирование (Сибирская лингвоперсонология): коллективная монография. Под ред. Н.Д. Голева и Н. Н. Шпильной. М.: Ленанд, 2014. 640 с.
4. Мельник Н.В. Языковая личность и текст как предмет лингвоперсонологии русского языка // Сибирский филологический журнал. Новосибирск, 2011. № 1. С. 200-207.

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Мельник Н. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 811:81-25

ЭТНОКУЛЬТУРНЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ ПОСЛОВИЦ О ГНЕВЕ (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО И КИТАЙСКОГО ЯЗЫКОВ)

Найданова А.В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»,

anna.nayd99@mail.ru

Пословицы в лаконичной форме выражают «бытовую мудрость» народа, которая формировалась много веков. Они играют большую роль в формировании языковой картины мира и позволяют узнать о традициях, ценностях и мироощущении целой нации. Национальная картина мира массова и в то же время индивидуальна и выстраивается в сознании каждого человека. Изучение особенностей национальной картины мира позволит наладить коммуникацию между представителями разных народов и предупредит возможные конфликты. В ходе работы мы проанализировали реализацию концепта «гнев» в русских и китайских пословицах. В результате сопоставительного анализа русских и китайских пословиц о гневе были выделены сходства и различия в языковом мышлении представителей этих наций. В частности, нам удалось выделить такие сходства, как негативные последствия гнева, его хаотичность и бесконтрольность. Специфичным в представлении о гневе мы отнесли мотив божьей кары в русских пословицах и ассоциативные связи между гневом и явлениями природы в китайском языке. Мы также выделили особенности оппозиций эмоции «гнев»: *гнев-милость* в русском языке, *гнев-улыбка* – в китайском.

Ключевые слова: концепт, языковая картина мира, национальная картина мира, китайские пословицы, русские пословицы, семантика.

ETHNOCULTURAL COMPONENTS OF PROVERBS ABOUT ANGER (BASED ON RUSSIAN AND CHINESE LANGUAGES)

Naidanova A. V.

Kemerovo State University

Proverbs express the "everyday wisdom", which has been forming for many centuries. They play an important role in shaping the language picture of the world and allow you to learn about the traditions, values and worldview of an entire nation. The national picture of the world is mass and at the same time individual as it is built in the mind of each person. Studying the features of the national picture will help to establish better communication between different nationalities and prevent possible conflicts. During our studies, we analyzed the realization of the concept "anger" in Russian and Chinese proverbs. As a result of comparative analysis of Russian and Chinese

proverbs about anger, similarities and differences in the language thinking were identified. In particular, we were able to identify such similarities as the negative consequences of anger, its chaotic nature and lack of control. Specific to the idea of anger, we attributed the motive of God's punishment in the Russian proverbs and associative relationship between anger and natural phenomena in Chinese. We also highlighted the features of oppositions to emotion "anger": anger-mercy in Russian, anger-smile in Chinese.

Key words: concept, linguistic picture of the world, national picture of the world, Chinese proverbs, Russian proverbs, semantics.

Языковая картина мира (ЯКМ) – особое видение мира человеком, сформированное в его сознании под влиянием языка и культуры. ЯКМ отражает уклад жизни, ценностные ориентиры и мировоззрение человека и обладает исторической, социальной, жанровой и национальной детерминированностью.

Национальная картина мира – особая реальность, выстроенная как в индивидуальном, так и в массовом сознании. Она является своеобразной «культурной памятью» [1, с. 55] нации и помогает ей хранить знания и опыт, накопленные определенной лингвокультурой, отражает видение мира и общий уровень мышления.

Роль паремий – поговорок, пословиц, притч – огромна в отражении особенностей национальной картины мира, передаче закономерностей человеческого бытия, традиций общества и его главных ценностных категорий. Особенностью паремий является то, что они в лаконичной форме заключают в себе «житейскую мудрость», собираемую народом веками.

В нашей статье мы рассмотрели концепт «гнев» в пословицах китайского и русского языков. В ходе работы изучена семантика 30 русских и 30 китайских паремий, отобранных путём целенаправленной выборки из «Большого словаря пословиц» В. М. Мокиенко [2] и «新华谚语词典 \ Китайского словаря пословиц» [3].

Проведенный анализ семантики пословиц позволяет сделать вывод о том, что основные мотивы китайских пословиц повторяются. Мы можем выделить следующие лейтмотивы китайских пословиц о гневе:

1) Первоисточник гнева

Среди источников гнева указывается такие качественные составляющие, как заблуждение и людская несправедливость (*生气是犯错的起源 – источник гнева есть заблуждение; 愤怒是人们发泄的不公平 – гнев – это вымещенная людская несправедливость*).

2) Сравнение с природными явлениями

Человеческие эмоции сравниваются с природными явлениями, гнев уподобляется бурлящим волнам и сравнивается с огнем (*火怕秒, 人怕恼 – огонь боится песка, а люди боятся гнева; 心情就像三峡之水, 愤怒时就是波涛汹涌, 愉快时就像小桥流水 – человеческое настроение сравнимо с водами гор Ланьшань, гнев есть бурление волн, а радость – тихая водная гладь*).

3) Оппозиция гнев-радость/смех

Гнев часто упоминается на контрасте с радостью, смех рекомендуется как лекарство от негативных последствий гнева. Гнев приравнивается к старению и проблемам со здоровьем, а радость ассоциируется с молодостью и счастьем (*生气催人老, 笑笑变年少 – гнев делает человека старым, а улыбка – молодым; 笑一笑, 十年少; 恼一恼, 要病倒 – смейся и помолодеешь на 10 лет; гневайся и сляжешь в постель; 一日三笑, 人生难老; 一日三恼, 不老也老 – трудно состариться, ели смеяться 3 раза в день; если 3 раза в день злиться, то и молодой станет стариком*).

4) Последствия гнева

В частности, во всех пословицах выделяются негативные последствия гнева для здоровья, самое главное последствие гнева – быстрое старение (*肝火大寿命短 - большой гнев – короткая жизнь; 不气不愁, 活到白头 – без злости и гнева можно дожить до седины*).

Кроме того, отмечаются и другие негативные действия и состояния человека, приводящие впоследствии к гневу: поспешно принятые решения, раскаивание и невозможность исправить последствия своих действий (*遇事不要恼, 遇难莫急躁 - встречаясь с гневом, не стоит ему поддаваться, не стоит быть жертвой поспешных решений; 生气可以让人悲哀, 可以让人糊涂, 可以让人走上不归之路 – гнев может заставить человека страдать, может сделать его глупцом и может завести его в тупик без пути назад; 愤怒以愚蠢开始, 以后悔告终 – гнев, который начался в глупости, закончится раскаиванием*).

5) Рекомендации по устранению гнева

Главная рекомендация по тому, как вести себя в гневе – не поддаваться ему и не действовать импульсивно (*遇事不恼, 长生不老 – если, сталкиваясь с трудностями, не выходить из себя, то можно стать бессмертным; 遇事不要恼, 遇难莫急躁 – встречаясь с гневом, не стоит ему поддаваться, не стоит быть жертвой поспешных решений*).

Также рекомендуется найти в гневе мудрость, извлечь из него урок (*愤怒中看出智慧, 贫困中看出朋友 – разгляди в гневе мудрость, а в нищем приятеля*).

Основные мотивы русских пословиц качественно отличаются от китайских. Мы выделили несколько основных тем:

1) Безрассудность гнева

В пословицах содержится мысль о том, что гнев затуманивает разум человека (*у огня не бывает пролады, у гнева – рассудка; впереди – гнев, а за ним – разум; гнев – враг, разум – друг*).

2) Библейские мотивы

В некоторых пословицах упоминается, что не нужно гневать Бога, иначе последует божья кара (*Бога прогневишь, и смерти не даст; правдою жить – от людей отбыть; неправдою жить – Бога прогневить*). В одной поговорке упоминается дьявольское, отождествляемое с таким качеством, как злопамятство (*гнев – человеческое, а злопамятство – дьявольское*).

Также интересно то, что пословицы «гневайся, да не согрешай» и «гневайся, да не обижай» – вольное переложение фразы «Гневаясь, не согрешайте» из Священного Писания.

3) Оппозиция гнев/милость

В одних пословицах говорится о естественной сменяемости эмоций, за гневом всегда последует «милость» (*где гнев, там и милость; каков гнев, такова и милость; у часу гнев, у часу милость*). В других пословицах прямо предлагается сменить отношение к человеку на более благосклонное (*смени гнев на милость*).

4) Контроль гнева

Человеку необходимо контролировать себя в гневе, перечисляются положительные результаты самоконтроля (*господин гневу своему – господин всему; не давай сердцу воли в гневе, а языку – в беседе; кто гнев свой одолевает, тот крепок бывает*).

5) Последствия гнева

К негативным последствиям гнева относят то, что человек может остаться без друзей (*гневливое слово пороги не держат*). Кроме того, от несдержанности в гневе возникают проблемы со здоровьем (*гнев человеку сушит кости и рушит сердце*).

6) Рекомендации по устранению/регулированию гнева

Рекомендациями по тому, как обращаться с человеком в гнев являются следующее: предложение принять, сочувствовать и проявлять доброту (*покорное слово гнев укрощает; жестокое слово воздвигает гнев*).

Если говорить о сходствах в отражении концепта «гнев» в языковом сознании китайской и русской этносов, то последствия гнева всегда негативны. Так, в обоих языках внимание уделяется влиянию гнева на здоровье и старение человека (*кит. 肝火大寿命短 – большой гнев – короткая жизнь; русс. «Гнев человеку сушит кости и рушит сердце»*). Однако в русском языке обращается внимание и на социальную сторону вопроса – перспективу остаться без друзей (*гневливое слово пороги не держат*), в китайском – на физиологические процессы (*生气催人老, 笑笑变年少 – гнев делает человека старым, а улыбка – молодым; 不气不愁, 活到白头 – без злости и гнева можно дожить до седин*).

Интересно и то, чему противопоставляется гнев в обоих языках. В русском противоположностью гнева является милость (*смени гнев на милость; у часу гнев, у часу милость*), в китайском языке гневу противопоставляется улыбка, радость и счастье (*笑一笑, 十年少; 恼一恼, 要病倒 – смейся и помолодеешь на 10 лет; гневайся и ляжешь в постель; 一日三笑, 人生难老; 一日三恼, 不老也老 – трудно состариться, ели смеяться 3 раза в день; если 3 раза в день злиться, то и молодой станет стариком*).

В русском языке большое значение уделяется тому, что гнев – это бессознательная эмоция, за ним никогда не стоит разум (*впереди – гнев, а за ним – разум*). Поэтому в русских пословицах выделяется важность самоконтроля, говорится о том, что не нужно принимать поспешных решений (*не давай сердцу воли в гневе, а языку – в беседе; кто гнев свой одолевает, тот крепок бывает*). В китайских пословицах также выделяется то, что не нужно идти у гнева на поводу (*遇怒不要恼, 遇难莫急躁 – встречаясь с гневом, не стоит ему поддаваться, не стоит быть жертвой поспешных решений*) и говорится, что будет, если все-таки поддаться гневу (*生气可以让人悲哀, 可以让人糊涂, 可以让人走上不归之路 – гнев может заставить человека страдать, может сделать его глупцом и может завести его в тупик без пути назад*).

Если говорить о первоисточнике гнева, то в русских пословицах эта тема особо не затрагивается, лишь в одной нам дается понять, что источником гнева может быть горе или неурядица (*капля горя – море гнева*). В китайском языке, наоборот, наблюдается вдумчивая попытка понять, откуда берется эта эмоция. В частности, среди причин гнева указываются людская несправедливость и заблуждение (*生气是犯错的起源 – источник гнева есть заблуждение; 愤怒是人们发泄的不公平 – гнев – это вымещенная людская несправедливость*).

В семантике пословиц исследуемых нами языков содержится специфика, дающая представление об особенностях мышления и реалиях. Так, в китайском языке присутствует сравнение гнева с природными явлениями, что отсутствует в русском языке. В русском языке, в свою очередь, наблюдаются библейские мотивы, что нехарактерно для китайского языка. Эти мотивы объясняются исторической разницей в языковой картине мира русских и китайцев.

Литература и источники:

1. Яковлева, Е.С. Час в русской языковой картине времени / Е.С.Яковлева // Вопросы языкознания. – 1995. – № 6. – С. 55.
2. Мокиенко, В. М. Большой словарь русских пословиц / В. М. Мокиенко, Т. Г. Никитина, Е. К. Николаева – М.: ЗАО «ОЛМА Медиа Групп», 2010. – 1024 с.
3. 新华谚语词 (Словарь пословиц Синьхуа) / 商务印书馆辞书研究中心编. – 北京: 商务印书馆, 2005. – 570 页.
4. Натхо, О. И. Картина мира сквозь призму пословиц и поговорок / И. О. Натхо // Материалы научно-методических чтений ПГЛУ. – Пятигорск, 2013. – С. 141 – 146.

5. Словарь социолингвистических терминов / В. А. Кожемякина [и др.]; отв. ред. В. Ю. Михальченко. – М.: РАН. Институт языкознания. Российская академия лингвистических наук, 2006. – 312 с.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Абдуллаева Ф. Э., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 811.161.1'42

**ДЕЛОВОЕ ПИСЬМО В МЕЖДУНАРОДНОЙ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ
(на материале русского и китайского языков)**

Николаенко Е.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
izoldownaizma@gmail.com

Развивается идея о необходимости соблюдения ряда правил официальной деловой переписки с международными партнерами. На материале китайских и русских деловых писем рассматривается типология служебных писем, представленных в международной бизнес-коммуникации. С учетом тематического принципа выделяются письмо-просьба, письмо-приглашение, письмо-благодарность, письмо-запрос и письмо-заказ. Прослеживаются универсальные особенности международной переписки и характеристики писем, обусловленные их национальной спецификой.

Будучи относительно консервативным стилем, официально-деловой стиль характеризуется некоторым однообразием. Стандартизованность делового письма прослеживается на уровне его композиционно-структурной организации. Русские и китайские письма обнаруживают сходство в композиционно-структурном аспекте. Различия выявляются на уровне языкового воплощения жанра и его характеристики в плане требования к объему. Показательным в этом плане является письмо-просьба, которое наиболее востребовано в деловой корреспонденции. Основная часть русского делового письма начинается с просьбы, выраженной при помощи глагола в изъявительном наклонении. В китайском письме просьба выражается с помощью глагола в сослагательном наклонении: *请将 не могли бы Вы*. Китайское письмо предельно кратко. Просьба и дальнейшие ожидания выражаются в сложносочиненном предложении без союзов и союзных слов. Русское деловое письмо-просьба оказывается большим по своему объему. Изложение просьбы идет вместе с подачей информации. Кроме того, письма на русском языке содержит в себе речевую интенцию – санкции, которая выражена с помощью конструкции *Если..., то....; В случае невыполнения...*

Ключевые слова: бизнес-коммуникация, деловое письмо, деловая корреспонденция, Россия, Китай, русский язык, китайский язык.

**BUSINESS LETTER IN BUSINESS COMMUNICATION
(of russian and chinese languages)**

Nikolaenko E. A.

Kemerovo state University

The idea of the need strict application of the rules is necessary of official business correspondence with international partners is being developed. A typology of service letters are presented in international business based on the material of Chinese and Russian business letters is considered. Given a thematic principle, letter of request, letter of invitation, letter of thanks, letter

of inquiry, letter of order are marked. The universal features of international correspondence and the characteristics of letters, due to national characteristics, are found out.

The official manner as a relatively conservative style is characterized by a certain similarity. The standardization of business letter is found out at the level of its compositional and structural forming. Russian and Chinese letters show similarities in compositional and structural aspects. In terms of volume requirements differences are identified the level of the language expression of the genre and its characteristics. It is significant the request letter, which is most popular in business correspondence. The core of Russian business letter begins from the request, which is expressed by the verb in the indicative mood. The core of the Chinese letter, the request is expressed by the verb in the subjunctive mood: 请将 would you mind. The Chinese business letter is extremely short. The request and further expectations are expressed in complicated sentences without conjunctions and connective words. The Russian business letter of request is larger volume. The request comes with the submission of information. The Russian letters contain a speech intention - sanction, which are expressed by constructions if ..., then ... ; In case of failure

Key words: business communication, business letter, business correspondence, Russia, China, Russian language, Chinese language.

Характеризуясь высокой динамикой развития, российско-китайские отношения имеют прочную правовую базу, разветвленную организационную структуру и активные связи на всех уровнях. Развивающиеся экономические отношения между КНР и РФ обязывают участников бизнес-коммуникации владеть нормами делового общения и соблюдать их.

Хотя китайская деловая коммуникация перенимает все больше международные стандарты ведения бизнес-коммуникации, тем не менее, Китай – это страна с богатой древней культурой и традициями, которые оставили свой отпечаток на принципе ведения бизнеса китайцами. Для успешного и плодотворного сотрудничества с китайскими партнерами необходимо знание делового этикета Китая, его традиций и особенностей ведения бизнеса.

Незнание особенностей китайской бизнес-коммуникации, недостаточное владение официально-деловой лексикой китайского языка приводит к коммуникативным неудачам в ходе процессе делового взаимодействия.

Изучение особенностей китайского делового письма, которое является основным способом общения между бизнес-партнерами, знание его стилистических, лексико-грамматических особенностей является особенно актуальным для российских бизнесменов [1].

Специфика делового письма сопряжена с его классификацией [2; 3].

Условно деловое письмо можно разграничить на коммерческие письма и частные. В китайском языке такая классификация представлена в виде простого письма 普通外贸函 и специального письма 专业外贸函 [4].

Примерами простого вида письма могут быть:

1. **Письмо-просьба** 请求函.

Письмо-просьба является наиболее используемым видом деловой корреспонденции. Оно, как правило, небольшое по объему.

Основная часть русского письма начинается с просьбы, выраженной при помощи глагола в изъявительном наклонении. В китайском письме просьба выражается с помощью глагола в сослагательном наклонении 请将 не могли бы Вы.

Китайское письмо предельно кратко. Просьба и дальнейшие ожидания выражаются в сложносочиненном предложении без союзов и союзных слов, которые используются авторами данного вида писем достаточно часто.

Русское деловое письмо не только больше по своему объему, но и изложение просьбы идет вместе с подачей информации. Кроме того, письма на русском языке содержит в себе

речевую интенцию – санкции, которая выражена с помощью конструкции *Если..., то....; В случае невыполнения...*

2. Письмо-приглашение 邀请函.

Письмо-приглашение относится к одному из видов этикетных писем. Письмо-приглашение может быть *正式* официальным и *非正式* неофициальным *之*.

Выражение надежды на принятие приглашения осуществляется в исследуемых языках по-разному.

В китайском письме за счет подлежащего и глагола *希望 / 期望* надеяться.

В русском письме интенция «надежда» выражается через вежливую просьбу или через конструкцию [местоимение+глагол надеяться, рассчитывать, ждать]:

*я рассчитываю,
надеюсь на скорый ответ,
Ждем Вашего ответа.*

3. Письмо-благодарность 感谢函.

Благодарственное письмо – вид деловой корреспонденции, направляемый адресантом с целью выражения благодарности партнеру за оказанные услуги или содействие в проведении мероприятия. Кроме того, благодарственное письмо может выступать в качестве письма-ответа на письмо-приглашение, письмо-поздравление, письмо-соболезнование.

В русском письме-благодарности блок с выражением благодарности адресату не всегда начинается с обращения к адресату, возможно наличие таких фраз, как *благодарность + за + причина благодарности*:

*Позвольте выразить искреннюю благодарность за,
Примите искреннюю благодарность за,
Хотим поблагодарить Вас за,
Выражаем искреннюю благодарность за,
Хотим выразить благодарность за, Благодарим Вас за и т.д.*

В китайском письме данного вида в блоке выражения благодарности используются эквивалентные русским фразам предложения при помощи таких глаголов как *恭喜* разрешить, *请* позволить.

Для увеличения степени важности проделанной работы адресантом, автором письма используется конструкция *благодарность + отрицание*:

*Не знаю как Вас благодарить,
Не могу подобрать слов, чтобы отблагодарить Вас,
Я так благодарен, что нет слов,
Моя благодарность не знает границ.*

В китайском языке благодарственное письмо также включает конструкцию *благодарность + отрицание* с наличием полного эквивалента фразе *Не знаю как Вас благодарить* *不知多么感谢您*. Помимо этого, используются следующие фразы:

*无任感激 я растроган, не могу выразить своей благодарности,
不任丹慊之至 не могу выразить всей глубины моих искренних чувств,
无以言表 нет слов, чтобы выразить,
感戴莫名 не нахожу слов, чтобы отблагодарить (Вас),
谨致谢忱 всей душой выражаем Вам благодарность.*

Примерами специального письма могут быть следующие письма.

1. Письмо-запрос 询价函.

Как правило, письмо-запрос небольшое по объему и содержанию. В письме-запросе выражаются запросы и требования.

Выражение запроса в русском письме представлено глаголом в форме изъявительного наклонения *просим*.

В китайском письме выражение запроса представлено в виде конструкции сущ. + глагол 我公司需订购 – нашей компании необходимо.... Это различие придает письму разный оттенок.

Но данная форма 需订购 представлена в языковом материале крайне редко, наиболее частотным является употребление иероглифа 请在 сочетании с инфинитивной формой глагола.

В китайском письме автор выражает свои требования по средствам перечисления глаголов, с указаниями к действиям, в то время как автор русского делового письма пользуется конструкциями *просим отправить, пожалуйста, позвоните* и т.д.

2. Заказ 订单.

Письмо-заказ – одно из разновидностей деловой корреспонденции, посылаемое при осуществлении сделки, где изложены требования к товару или услуге.

При помощи глагола, представленного в сослагательном наклонении *Мы бы хотели* выражается речевая интенция намерения.

В китайском письме выражение намерения представлено посредством глагола в изъявительном наклонении 我们想订购 *мы хотим*.

Поскольку для китайской культуры очень важен статус собеседника, то и выражение просьбы осуществляется в зависимости от положения адресата в разных жанрах:

下行 – сясин, письмо адресуется нижестоящему от вышестоящего

平行 – пинсин, письмо отправляется адресату, равному по статусу

上行 – шансин, письмо направляется вышестоящему от нижестоящего [1].

Лексика в письме различается в зависимости от жанра. Например, наиболее распространенный глагол 请 *просить*.

Специфика обнаруживается исходя из учета отношений между партнерами по коммуникации, их нахождение на одной или разных ступенях иерархической лестницы.

Если письмо направляется от лица, выше по статусу, то глагол просить будет состоять из сочетания иероглифов 恳请 *настоятельно просить* + просить = *настоятельно просить*.

Если собеседники находятся в равных положениях, то логичнее использование глагола 敬请 *прошу с уважением*.

Если адресат ниже по статусу, тогда уместно употреблять глагол 拟请 *решаться/ войти с просьбой* + просить = *осмеливаться просить*.

Таким образом, проведенное исследование позволяет сделать определенные выводы. Так как деловому письму в силу его консервативности свойственна стандартизованность, клишированность конструкций, использование канцеляризмов, то деловая корреспонденция на русском и китайском языке обнаруживает больше сходных черт, чем различий. В рамках данного исследования выявляются как полные, так и частичные лексические эквиваленты, а также грамматические конструкции.

Однако несмотря на большое влияние западной модели делового письма, китайская культура оказывает большое влияние на китайский деловой этикет, традиции деловой переписки.

Литература и источники

1. Карачаровский, В. В., Ястребов, Г. А. Иностранцы профессионалы в России как агенты модернизации / В. В. Карачаровский, Г. А. Ястребов // Общество и экономика. – 2013. – № 11–12. – С. 149–165.
2. Колтунова, М. В. Деловое письмо: что нужно знать составителю / М. В. Колтунова. – М.: Дело, 1998. – 111 с.
3. Рабенко, Т. Г. Деловое письмо и редактирование текста (из опыта преподавания учебной дисциплины) / Т. Г. Рабенко // Юрислингвистика. – 2015. – № 4 (15). – С. 68–74.

4. Дэн Кэминь Основные сведения о практике деловой переписки. Кайфэн: Хэнаньдасюэчубаньшэ, 1993. –334 с. (邓克敏.应用写作技法指要)

Научный руководитель – д-р филол. н., доц. Рабенко Т.Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 811.161.1

**СПЕЦИФИКА ЗАГОЛОВКОВ СОВРЕМЕННЫХ СМИ
(НА ПРИМЕРЕ КИТАЙСКИХ ЗАГОЛОВКОВ О РОССИИ)**

Николаенок Ю. А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

Nikolayenok99@mail.ru

Данная работа посвящена теоретическим и практическим исследованиям в области медиакоммуникации. Особый интерес работы заключается не только в изучении заголовков средств массовой информации, но и в практической интерпретации объекта. Отдельное внимание в работе уделяется выявлению понимания интерпретируемого текста через его внешние проявления, а именно через заголовки средств массовой информации о той или иной стране. Объектом исследования является образ России, а предметом – способы воплощения этого образа в газетных заголовках китайских СМИ. Проанализировано, как на общество влияют те или иные заголовки СМИ.

Ключевые слова: СМИ, заголовки, медиакоммуникация, образ России, взаимоотношения, информация.

**THE SPECIFICS OF THE HEADLINES OF MODERN MEDIA
(BY THE EXAMPLE OF CHINESE HEADLINES ABOUT RUSSIA)**

Nikolaenok U. A.

Kemerovo State University

This work is devoted to theoretical and practical research in the field of media communication. The particular interest of the work lies not only in studying the headlines of the media, but also in the practical interpretation of the object. Special attention is paid to revealing the understanding of the interpreted text through its external demonstrations, namely through the headlines of the media about a country. In the work, the object refers to the character of Russia, and external demonstrations (headlines of the media) – the headlines of the Chinese media. Also, consideration of how one or another headline of the media effects on society.

Key words: media, headings, media communication, the character of Russia, relationships, information.

В современных условиях, а именно, в период создания новых социально-экономических отношений, развития добывающих отраслей и стабилизации межрасовых отношений информация, передаваемая через СМИ, должна быть ориентирована на поддержание и грамотную коммуникацию во всех вышеперечисленных областях. Информация должна подаваться ярко и кратко, но в условиях современной конкуренции на информационном рынке, когда объём информации, предлагаемой читателю, слишком высок, именно заголовки играют ключевую роль. Наиболее эффективное восприятие текста СМИ прежде всего определяется заголовком, которой наилучшим способом экономит время и усилия читателя. Всё чаще имеет место ситуация, когда читатель, прочитывая заголовок, не переходит к основной статье из-за уже вполне сложившегося понимания ситуации.

В таких ситуациях может происходить неверная интерпретация анализируемого текста. В нашем случае для определения значений заголовков должна быть привлечена информация о том, какие значения слова или словосочетания, использованные в заголовке, имеются в современном языке выбранной страны.

«Массовая пресса – это пресса, которая ориентирована на описание максимально актуальных социально-бытовых проблем, доступных для понимания массовой аудитории» [4]. Средства массовой информации, взятые как единый институт, играют большую социально-политическую роль. Массовая пресса прежде всего ориентирована на читателя, поэтому та или иная информация, передающаяся через СМИ, имеет особую общественную и общепринятую значимость. На современном этапе медиасообщество следует рассматривать не только как неотъемлемую часть каждого человека, но и как часть мировой политики в целом. Не секретом является влияние переданной информации о той или иной стране на создание актуального мнения у целого общества.

Выбранная для исследования тема теоретически и практически значима, потому что поток передаваемой информации увеличивается с каждым днём, перед авторами стоит задача не только написать статью, но и составить заголовок, который был бы интересен читателю. Как отмечает Е. С. Задровская, «заголовок – это квинтэссенция газетной статьи» [2]. Таким образом, актуальность данного исследования тесно связана с появлением новых сведений и технологий в изучаемой области.

В качестве материала исследования для данной статьи послужили заголовки статей о России в официальной газете КНР «人民日报» (Жэньминьжибао), буквально: «Народная ежедневная газета». «Жэньминьжибао» выходит на китайском, русском, английском, японском, французском, испанском, арабском, монгольском, тибетском, уйгурском, казахском и корейском языках.

Мы рассмотрели 10 заголовков статей о России, которые были изданы в период с марта 2018 по март 2019 гг.

Далее анализируются наиболее интересные и наглядные примеры заголовков китайских СМИ о России.

Собранные заголовки статей о России мы классифицировали на три группы по характеру передаваемой информации. Во-первых, это нейтральные заголовки, в которых общим принципом описывается ситуация в России. Во-вторых, это положительные заголовки, в которых часто присутствует информация о взаимовыгодных отношениях между Китаем и Россией. В-третьих, это отрицательные заголовки, в которых образ России представлен читателю с негативной точки зрения.

Далее представлена сводная таблица (таблица № 1), где в процентном соотношении показывается распределение заголовков китайской газеты «Жэньминьжибао» по трём классифицирующим группам в период с марта 2018 по март 2019 гг.

Классифицирующая группа	«Нейтральные» заголовки	«Положительные» заголовки	«Отрицательные» заголовки
Заголовки «Жэньминьжибао» о России.	«Министры иностранных дел России и Франции провели переговоры в Москве». «МИД РФ заявил об ответных мерах в отношении Лондона». «Газпром	«Во Владивостоке состоялся круглый стол для решения актуальных проблем китайских предпринимателей». «Китай представил на 32-й Московской международной книжной ярмарке более 3 тыс. книг».	

	<p>возобновил укладку второй нитки «Турецкого потока»».</p> <p>«Путин поручил упростить предоставление видов на жительство иностранцам, знающим русский».</p> <p>«Президент РФ поручил разработать национальную стратегию в области искусственного интеллекта» [3].</p>	<p>«Фестиваль Китая в Москве объединит народы двух стран – директор Китайского культурного центра в Москве Гунн Цзяцзя».</p> <p>«В Китайском культурном центре в Москве прошло торжественное открытие выставки «Эстетика восточной жизни».</p> <p>«Отношения РФ и КНР – фактор стабильности международной безопасности – доклад НИУ ВШЭ» [3].</p>	
Процент частотности, (%)	50	50	0

По результатам приведённой выше таблицы можно сделать выводы о том, что отношения России и Китая в заголовках газеты «Жэньминьжибао» представляются партнерскими и союзническими. Китайские СМИ часто информируют своих читателей о внутривосточной ситуации и внешнеполитических отношениях России с другими странами. В ходе исследования не выявлено заголовков статей, где Россия представлена в отрицательном ключе.

Возникает вопрос, почему «нейтральная» группа заголовков полностью равна в процентном соотношении группе «положительных» заголовков. На этот вопрос отвечает глава бюро газеты «Гуанминжибао» в Москве Ван Цзябо, который поясняет сдержанность китайских корреспондентов в оценке, например, отношений между Западом и Россией: «Осторожность, с которой китайские СМИ подходят к этим вопросам, связана с национальным характером. Если китайцы замечают ошибки, недостатки собеседника или какие-либо другие не очень приятные моменты, связанные с ним, то стараются не высказывать никаких замечаний и наблюдать. Таков китайский национальный характер. А когда речь идет о политике и международных делах, в Китае традиционно принято быть еще более осторожным» [3].

Таким образом, результаты рассмотрения заголовков статей показывают, каким представляется образ России в китайских СМИ. Перспектива нашей работы непосредственно связана с взаимовыгодными, перспективными отношениями России и Китая, которые в дальнейшем представят большее количество заголовков и, соответственно, составление более точного анализа специфики заголовков современных СМИ.

Литература и источники:

1. Жэньминьжибао (1948 – настоящее время) [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.peopledaily.com.cn>. (Дата обращения 22.03.2020).
2. Задровская Е. С. К проблеме языка заголовков современных СМИ / Е. С. Задровская // Международный журнал экспериментального образования. – 2014. – № 6-2. – С. 143-144.
3. Образ России в китайских СМИ (2014-2016): Доклад Совета по СМИ Российско-Китайского Комитета дружбы, мира и развития [Электронный ресурс]. – URL: <https://ria.ru/20170911/1499895001.html>. (Дата обращения 22.03.2020)

4. Юрченко И. В. «Желтая» пресса как отражение массовой культуры (на материале немецкой газеты «Bild») / И. В. Юрченко // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. – 2010. – № 4. – С. 146-149.

Научный руководитель - канд. филол. наук, доц. Оленев С.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 398.33

**ПОГОДНЫЕ ПРИМЕТЫ В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ:
СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ**

Понкратова А. М.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
ram20041999@yandex.ru

Данная работа посвящена теоретическому и практическому исследованию примет в русской и китайской лингвокультурах. Особый интерес в рамках поставленной проблемы представляет изучение погодных примет, которые позволяют продемонстрировать антропоцентризм языковой картины мира разных народов. Погода как важное природное явление оказывает влияние на разнообразные аспекты жизнедеятельности человека, что отражается в языке, в частности, в его фразеологии. Отдельное внимание в работе уделяется определению общего и отличного в значении примет в китайской и русской лингвокультурах. Цель работы заключается в изучении структурно-семантических свойств и этнокультурной специфики погодных примет. В качестве источников исследования использованы данные словарей, справочников и научных работ. Материалом послужили погодные приметы в китайском и русском языках, разделенные по лексико-семантическим компонентам: метеонимы, зоонимы-орнитонимы и компоненты растительного мира. В ходе данной работы были поставлены и решены такие задачи, как изучение теоретической базы погодных примет в русской и китайской лингвокультурах; сбор и анализ погодных примет в сравниваемых языках, сопоставление китайских погодных примет с их аналогами в русском языке. Полученные результаты исследования могут быть использованы в сфере межкультурной коммуникации.

Ключевые слова: примета, погодная примета, русский язык, китайский язык.

**WEATHER SUPERSTITIONS IN THE RUSSIAN AND CHINESE
LINGUACULTURES: COMPARATIVE ASPECT**

Ponkratova A. M.

Kemerovo State University

This paper describes theoretic and practical research of weather superstitions in the Russian and Chinese linguocultures. Particular interest of the research consists of studying weather superstitions that allow us to demonstrate the anthropocentrism of the different peoples' linguistic picture of the world. Weather as an important natural phenomenon affects various aspects of human life, which is reflected in the language and in particular in its phraseology. Special attention is paid to the definition of common and distinct meanings of the superstition in Chinese and Russian linguocultures. The purpose of the research is to study the structural-semantic characteristics and ethnocultural specifics of weather superstitions. Dictionary databases, handbooks and scientific papers are used as a source for the study. The materials of the research are the weather superstitions in Chinese and Russian, divided by lexical and semantic components: metonyms, zoonyms-ornithonyms and components of the plants. In the course of this work, assignments such as: studying the theoretical base of weather superstitions in the Russian and Chinese linguocultures; collection and analysis of weather superstitions in the compared

languages, comparison of Chinese weather superstitions with their counterparts in Russian. The obtained results can be used in intercultural communication.

Keywords: a superstition, a weather superstition, the Russian language, the Chinese language.

Народные приметы представляют значительный интерес для ученых из различных сфер деятельности: для лингвистов – с точки зрения целостного текста, обладающего смысловой цельностью и структурной связностью; для литературоведов – как малый фольклорный жанр; для историков-культурологов – как важнейший культурный и исторический пласт, отражающий неразрывную связь языка с культурно-историческими концептами.

В отечественной лингвистике под приметой традиционно понимается «устойчивое народное изречение со структурой предложения, содержащее предсказание каких-либо событий, явлений в будущем на основании имеющихся данных» [1, с. 7]. Этимологически слово примета произошло от глагола «метить» [2, с. 365]. Корень «мет» выражает некую метку, отпечатанную в памяти после серии повторяющихся событий. К основным функциям приметы ученые относят прогностическую, кумулятивную, трансляционную, регуляторную, воспитательную, познавательную и эстетическую [3, с. 34]. С точки зрения структурного оформления примету можно представить в виде пропозициональной формулы: «Если А, то будет В», где первая переменная А (условие) – это наблюдение, а вторая переменная В (следствие) – это прогноз.

Народные приметы представляют собой достаточно обширный и разнообразный пласт паремий, однако на сегодняшний день их единой классификации не существует. В китайской научной традиции комплексное исследование примет представлено недостаточно, поэтому обратимся к классификациям, представленным в отечественной лингвистике.

Опираясь на анализ импликационных связей в структуре паремиологической единицы данного типа, ученые различают приметы с ожидаемыми следствиями (прогностические) и приметы с желаемыми следствиями (суеверные или иррациональные) [4, с. 29-30].

Согласно классификации по тематическому признаку все приметы можно разделить на три основных блока [3, с. 31]:

- а) погодные, или метеорологические;
- б) сельскохозяйственные;
- в) бытовые, или суеверные.

На наш взгляд, тематическая группа погодных (метеорологических) примет представляет значительный интерес в научной среде с позиции изучения содержательной и структурной организации и сравнительно-сопоставительного анализа народных примет, представленных в двух разных по происхождению языках.

Объектом исследования в нашей работе являются погодные приметы в русском и китайском языках, а предметом исследования – содержательная и структурная организация погодных примет, а также особенности их функционирования в исследуемых языках.

Метеорология как наука возникла в XVII веке, после изобретения Галилео Галилеем термометра и Отто фон Герике барометра. Однако первые погодные приметы возникли задолго до XVII столетия. Погодные приметы представляют собой продукт многовековой народной рефлексии, о чем могут свидетельствовать этнографические источники. Люди с древнейших времен занимались собирательством, охотой и рыбной ловлей, позднее – земледелием и скотоводством. Тесный контакт с природой и осмысление окружающей действительности способствовали оформлению понимания того, что успех в различной хозяйственной деятельности во многом зависит от погодных условий. Следовательно, наши предки стремились предугадать наиболее благоприятные условия для посева и сбора сельскохозяйственных культур, ловли рыбы и т. д. Таким образом появились приметы, многие из которых используются и по сей день.

В рамках данной работы нами был проведен сравнительный анализ материалов из словарей и справочников по данной теме [5, 6, 7]. В результате анализа было выделено три

типа лексико-семантических компонентов, встречающихся в погодных приметах: компоненты-метеонимы, компоненты-зоонимы (включая компоненты-орнитонимы) и компоненты растительного мира. К компонентам-метеонимам мы относим лексемы, характеризующие погодные явления и состояние атмосферы: осадки, влажность, температура и т.д. К компонентам-зоонимам мы относим лексемы, обозначающие название животных. Под орнитонимами мы понимаем лексемы, обозначающие название птиц. К компонентам растительного мира мы относим лексемы, номинирующие представителей флоры.

Первый и второй типы представлены в количестве 10 единиц, третий – в количестве 5 единиц, поскольку приметы с компонентами растительного мира представляют собой самую малочисленную группу (см. таблицу № 1).

Таблица № 1.

	Китайская примета	Перевод китайской приметы	Синонимичная русская примета	Антонимичная русская примета
·	蜘蛛结网, 久雨必晴。	Паук плетет паутину – после долгого дождя будет солнечная погода.	Паук усиленно плетет сети – к сухой погоде.	—
·	蛤蟆大声叫, 必是大雨到。	Лягушки издают громкие звуки – к сильному дождю.	Лягушки расквакались – к непогоде.	—
·	燕子飞得低, 天上雨下。	Ласточки низко летают – к дождю.	Ласточки низко летают – быть дождю.	—
·	蜻蜓飞得低, 出门带雨衣。	Стрекозы низко летают – к дождю.	Стрекозы летают беспокойно, рывками, низко к земле – к дождю.	—
·	鱼儿出水跳, 风雨快来到。	Рыбы выпрыгивают из воды – к ветру и дождю.	Если рыбы выскакивают из воды – к дождю.	—
·	鸡愁雨, 鸭愁风。	Курица хохлится – к дождю; утка хохлится – к ветрам.	Птица хохлится – к непогоде.	—
·	蚊子咬得怪, 天气要变坏。	Комары сильно кусаются – погода ухудшится.	Комары перед дождем становятся назойливее, сильно кусаются – к грозе.	—
·	狗咬青草, 大晴天。	Собака ест траву – к солнечной погоде.	—	Если собака ест траву – к дождю.
·	知了鸣, 天放晴。	Поют цикады – небо прояснится.	—	—
0.	如猫把鼻子埋在皮毛里, 就预示着北方的寒流要来了。	Если кошка прячет нос, то наступают северные морозы.	Кошка прячет нос – к холоду.	—
1.	河里泛青苔, 必有大雨来。	Река обильно покрыта мхом – к сильному дождю.	—	—
2.	晴天, 马尾松种子鳞瓣上的粘液干燥变硬而向外伸张; 下雨前, 鳞瓣变软, 逐渐闭合。	В солнечные дни терпентин из чешуек шишек сосны Массона затвердевает и выходит наружу, а перед дождем чешуйки становятся мягкими и постепенно закрываются.	Чешуйки еловых шишек перед дождем сжимаются.	—
3.	白睡莲的花朵关闭, 必是大雨到。	Цветки у белой кувшинки закрываются – к дождю.	Перед дождем закрываются цветки у белой кувшинки.	—
	在炎热的夏天,	В жаркое лето может	—	—

4.	如果发现全部反转，柳叶呈现白色，则可能会有阴雨天气。	быть дождливая погода, если листья плакучей ивы белые.		
5.	人怕老来穷，稻怕寒露风。	Люди боятся старости и бедности, а рис – холодной росы и ветра.	—	—
6.	云下山，土地不干。	Облака плывут низко – к дождю.	Если облака плывут высоко, будет хорошая погода.	—
7.	午前下的雨，时间不会太长。	Дождь до обеда будет недолгим.	Дождь что гость, если утром придет, то и уйдет, а если после обеда – ночевать останется.	—
8.	日落西风住，不住刮倒树。	Если ветер дует с запада на закате, то он будет слабый (букв. не будет поваленных деревьев).	—	—
9.	东虹日头，西虹雨。	Радуга на востоке предсказывает кратковременный дождь на западе.	—	Радуга стоит с севера на юг – к дождю, с востока на запад – к хорошей погоде.
0.	雷声连成片，雨下沟河漫。	Гром гремит продолжительное время – к дождю.	Гром гремит, пока дождь не пойдет.	—
1.	暴热黑云起，雹子要落地。	Внезапное появление чёрных туч – к граду.	—	—
2.	夏至风从西比起，瓜菜园内受熬煎。	Ветер дует с запада в период летнего солнцестояния – огороды будут страдать от засухи.	—	—
3.	小暑后天气一天比一天热；六月天，只有身体虚寒的人才盖得住棉被。	После периода малой жары погода с каждым днём будет всё жарче и жарче; в июне только люди с синдромом пустого холода укрываются одеялом.	—	—
4.	东北风，雨太公。	Северо-восточный ветер предсказывает дождь.	—	—
5.	日落火烧云，明天晒死人。	Багровые облака на закате солнца предвещают жаркую погоду (букв. люди будут умирать от жары).	—	Красные облака вечером перед заходом солнца предсказывают ветер.

В таблице № 2 представлен анализ частотности примет-синонимов и примет-антонимов, встречающихся в сравниваемых языках.

Таблица № 2.

Тип лексико-сематических компонентов	Общее количество	Количество примет-синонимов в русском и китайском языках	Количество примет-антонимов в русском и китайском языках	Количество примет, не имеющих аналогов
Компоненты-метеонимы	10	3	2	5
Компоненты-зоонимы (включая компоненты-орнитонимы)	10	8	1	1

Компоненты растительного мира	5	2	0	3
----------------------------------	---	---	---	---

Как мы видим, большинство погодных примет в русском и китайском языках являются синонимичными. Это тенденция объясняется тем, что погодные приметы представляют собой словесное оформление выявленных закономерностей, обусловленных естественными причинами, следовательно, имеют рациональное и научное обоснование. Те случаи, когда аналогов не зафиксировано, объясняются наличием в структуре приметы элементов национального характера (например, лунный календарь в Китае) или названием представителей животного и растительного мира, встречающихся исключительно на территории определенной страны, например: 知了鸣, 天放晴。(букв. поют цикады – небо прояснится.), 小暑后天气一天比一天热; 六月天, 只有身体虚寒的人才盖得住棉被。(букв. после периода малой жары погода с каждым днём будет всё жарче и жарче; в июне только люди с синдромом пустого холода укрываются одеялом).

Перспектива нашей работы видится в том, чтобы провести основной этап эксперимент в виде анкетирования. На данный момент количество опрошенных информантов и полученные результаты не позволяют сделать точных выводов о наиболее распространенных погодных приметах в России и Китае.

Литература и источники

7. Иванова, Н. Н. Структурно-семантические особенности и лингвокультурологический потенциал приметы: автореферат. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Н. Н. Иванова. – Великий Новгород, 2006. – 18 с.
8. Фасмер, М. Этимологический словарь русского языка: в 4 томах / М. Фасмер; пер. с нем. и доп. О. Н. Трубачева. – 4-е изд., стер. – Москва: Астрель: АСТ, 2007. – Т. 3. – 365 с.
9. Кулькова, М. А. Семантика и прагматика немецких и русских народных примет (лингвокультурологический подход): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / М. А. Кулькова. – Казань, 2005. – 23 с.
10. Фаттахова, Н. Н. Народные приметы: принципы классификации, структурирования и функционирования: монография / Н. Н. Фаттахова. – Казань: Печать-Сервис, 2009. – 176 с.
11. Чжан, Фуяоань. Армия горячей крови: курс выживания в полевых условиях / Ф. Чжан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.4162.com/xiaoshuo/48465.html> (дата обращения: 02.12.19).
12. Лютин, А. Т. Народное наследие о приметах погоды: Календарь / А. Т. Лютин, Г. А. Бондаренко. – Саранск: Мордов. кн. изд-во, 1993. – 96 с.
13. Рыженков, Г. Д. Народный месяцеслов: пословицы, поговорки, приметы, присловья о временах года и о погоде / Г. Д. Рыженков. – М.: Современник, 1992. – 127 с.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Денисова Э. С., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 811:395.6

ФОРМУЛЫ ОБРАЩЕНИЯ В КИТАЙСКОЙ, КОРЕЙСКОЙ И РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Ра Ди О

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
njo980625@gmail.com

Данная работа посвящена анализу формул обращений в русской, китайской и корейской лингвокультурах. Обращение является одним из главных средств универсального характера, выработанных языком для обслуживания человеческого общения. Поэтому обращение можно считать языковой универсалией, обслуживающей одну из важнейших

337

сторон речевой деятельности – организацию и регуляцию коммуникативных отношений. Объектом исследования в нашей работе являются обращения русского, корейского и китайского языков, а предметом исследования – установление их лингвокультурологической специфики. Рабочая гипотеза исследования выражается в следующем: китайские и корейские обращения могут как иметь эквиваленты в системе русского языка, что показывает общность (универсальность) сопоставляемых культур, так и не иметь соответствий, что позволяет выявить национально-культурную специфику (индивидуальность) каждой культуры в отдельности. Цель исследования состоит в сопоставительном изучении обращений для выявления общего и частного в усвоении данной категории различными носителями языка. Данная цель подразумевает постановку и решение следующих задач: 1) изучение научной литературы по выбранной проблематике; 2) отбор материала для сопоставления в русском, китайском, корейском языках; 3) разработка экспериментального исследования; 4) сравнение полученных результатов в русской, корейской и китайской лингвокультурах.

Ключевые слова: обращение, речевой этикет, китайский язык, корейский язык, русский язык.

FORMULAS OF APPEALS IN RUSSIAN, KOREAN AND CHINESE LINGUOCULTURES: COMPARATIVE ASPECT

Ra Jioh

Kemerovo State University

This project is devoted to the analysis of formulas of addresses in Russian, Chinese and Korean linguistic culture. Conversion is one of the main universal instruments developed by the language to serve human communication. Therefore, the appeal can be considered a language universal that serves one of the most important aspects of speech activity – the organization and regulation of communication relations. The object of research in our project is the treatment of Russian, Korean and Chinese language, and the subject of research is the establishment of their linguistic and cultural specificity. The working hypothesis of the research is as follows: Chinese and Korean appeals can have equivalents in the system of the Russian language, which shows the generality (universality) of the compared cultures, and do not have correspondences, which allows us to identify the national and cultural specificity (individuality) of each culture separately. The purpose of the research is to compare the study of appeals to identify the general and particular in the assimilation of this category by different native speakers. This purpose implies the following tasks: 1) study of the scientific literature on selected issues; 2) the selection of the material for comparison in the Russian, Korean and Chinese languages; 3) development of an experimental research; 4) comparison of the obtained results in Russian, Korean and Chinese linguocultures.

Keywords: appeal, speech etiquette, Chinese, Korean, Russian.

Обращение является основной частью разговорной речи, потому что обращение – обособленный интонационно и грамматически самостоятельный компонент предложения или сложного синтаксического целого, служащий для обозначения лица или предмета, являющегося адресатом речи. В. Е. Гольдин считает, что обращение является одним из «главных средств универсального характера, выработанных языком для обслуживания человеческого общения, для установления связи между высказываниями и субъектами общения в единый коммуникативный акт» [1, с. 4].

Каждый язык обладает уникальной присущей ему формулой обращения, это связано с особенностями лингвокультуры, которая тесно переплетена с культурой народа – носителя языка, его ментальностью, религией и обычаями. В зависимости от перечисленных выше факторов в языке оформляются различные формулы обращений, которые различным образом применяются в разговорной речи. Являясь формулой речевого этикета, обращение входит в структуру высказывания, под которым понимается сообщение о чем-либо,

построенное в соответствии с ситуацией общения. Во всех случаях употребления обращение является стимулирующим, побудительным компонентом высказывания и как формула привлечения внимания собеседника обусловлено спецификой языковой картины мира. С одной стороны, обращение, будучи определяемой правилами речевого этикета, универсально, а с другой – уникально, поскольку является социальным стереотипом, формирующимся параллельно с процессом развития и коррекции языковой картины мира народа.

В данной работе мы остановимся на сопоставлении обращений, используемых в профессиональной сфере и при личном общении с близкими родственниками или друзьями, в китайской, корейской и русской лингвокультурах.

Как отмечают исследователи, в корейском и китайском языках больше обращений, чем в русском языке, так как на эти языки повлияло конфуцианство. Конфуцианство – это этико-философское учение, разработанное Конфуцием (553–480 до н. э.) и развитое его последователями, вошедшее в религиозный комплекс Китая, Кореи, Японии и некоторых других стран.

Конфуцианство является мировоззрением, общественной этикой, политической идеологией, научной традицией, образом жизни, иногда рассматривается как философия, иногда – как религия. Конфуцианство – это и этика, мораль, согласно которой крайне важно относиться к людям и к родителям с уважением. Поэтому в корейском и китайском языках есть столь дробные обращения к родственникам, которые являются прежде всего проявлением уважительного отношения к каждому из них.

Цель нашего исследования состоит в сопоставительном изучении формул обращений для выявления общего и частного в усвоении данной категории различными носителями языка для уточнения их использования в речевой практике.

Объектом исследования в нашей работе являются формулы обращения в русском, китайском и корейском языках, а предметом исследования – установление их лингвокультурологической специфики.

Рабочая гипотеза исследования состоит в следующем: китайские и корейские формулы обращения и способы их употребления могут как иметь эквиваленты в системе русского языка, что показывает общность (универсальность) сопоставляемых культур, так и не иметь соответствий, что позволяет выявить национально-культурную специфику (индивидуальность) каждой культуры.

Так, анализируя обращения в деловой сфере китайского языка можно увидеть, что для них характерно указание именно на социальный статус собеседника, что говорит о его значимости. Отметим следующую формулу обращения: фамилия + социальный статус, должность (王总: фамилия + директор). При этом в профессионально-педагогической сфере к учителю или преподавателю обращаются как lao shi. Например, 王老师 (wang lao shi). Сначала употребляют фамилию (например, Ван), потом используют лексему учитель (lao shi).

В корейском же языке акцент ставится не на социальный статус, а непосредственно на должность сотрудника, при этом в отличие от китайского, где обращение начинается с фамилии, в корейском профессиональном языке обращение может строиться или из имени, или из фамилии, ср.: имя + название должности. Среди популярных слов-обращений в корейском современном обществе – обращение по служебному положению. Например, 김 판사 «судья Ким», 장 교수 «профессор Джанг», 강 총리 «премьер-министр Канг», 장 선생 «учитель Джанг» и т. д. Слова, указывающие на должность, могут использоваться как с фамилией, так и с именем [2, с. 144]. Однако данный вид обращения используется исключительно в СМИ, при этом для личного обращения или официального представления используется 님(ним) – это уважительный суффикс на корейском языке. Обычно этот суффикс используется после имени или положения, т.е. если у адресата обращения

должность выше, чем у адресанта в официальном общении, должен использоваться этот суффикс.

Проведём пример общения в академической сфере. Возьмём слово *профессор*, которому в корейском языке соответствует слово 교수 (гёсу). Если в официальном общении к профессору обратятся при помощи слова 교수, то это покажет неуважительное отношение говорящего, которого могут уволить. Поэтому к профессору можно обращаться только при помощи суффикса 님 (ним): 교수 + 님.

Если мы обратимся к русскому языку, то в нем для целей профессиональной коммуникации больше подходит полное русское имя, которое включает в себя имя, отчество, а также фамилию. Отчество в русской культуре выражает связь детей с отцами, в отличие от русского в корейском и китайском языках отчество не используется. Так, в русском языке в зависимости от степени знакомства, положения и условий общения употребляются формулы обращений-антропонимов типа [3, с. 26] *господин, товарищ, гражданин* + фамилия (*господин (товарищ) Смирнов*); имя + фамилия (*Иван Петров*); имя + отчество (*Николай Петрович*); имя + отчество + фамилия (*Николай Петрович Смирнов*); фамилии (*Смирнов*). При этом в зависимости от конкретной ситуации и степени знакомства в русском языке может также употребляться обращение «уважаемый». Однако чаще всего в официальной ситуации употребляется полное имя, но в случае дружеских отношений между коллегами может употребляться и отдельно отчество (*Петрович*), личное имя (*Николай*), его суффиксальные уменьшительно-ласкательные формы (*Коленька, Колюша, Колька*); дядя (тётя) + имя (*дядя Коля*).

Следует отметить выбор обращения «ты» и «вы» как форм установления контакта с собеседником в русском и китайском языках. С одной стороны, между русским и китайским общением в случае выбора больших различий нет (имеется в виду выбор, детерминированный возрастом, социальным положением, официальным или неофициальным характером общения). С другой стороны, нельзя не заметить, что носители русского языка даже после непродолжительного знакомства часто переходят на «ты». В китайской среде общение на «ты» является менее частым; большинство приводимых в учебном пособии Н. И. Формановской примеров почти всегда предполагают общение на «вы» [4, с. 7]. Если в русском языке степень знакомства коммуникантов позволяет сделать их общение более тесным благодаря совместному общению на «ты», то в китайской среде общение на «ты» возможно только среди близких людей, школьников, студентов, коллег. Однако оно совершенно не свойственно, например, недавним коллегам, которые могут обращаться друг к другу только на «вы». Коллеги, став со временем друзьями, могут перейти на «ты», но в то же время продолжают обращаться друг к другу по фамилии + должности: 李经理 (Ли Цзинли) - (директор Ли), или с уважительными словами типа 老 (лао) в обращении к старшему по возрасту и к вышестоящему по должности лицу (老李 (лао Ли)). Гораздо реже китайцы обращаются друг к другу по имени (если имя состоит из двух иероглифов) и на «ты».

При обращении к родственникам в русском языке подчеркивается социальный статус адресата обращения. Таким образом обычно употребляют слова *папа, мама, дедушка, бабушка, дядя, тетя, сын, дочь, внук, внучка* и производные от них в уменьшительно-ласкательной форме *сыночек, доченька, папик, внучек, внученька* и т.д.

Что же касается родственных или близких связей, то в китайском языке сложилась достаточно интересная система обращений. Это связано с тем, что система родственных обращений в Китае имеет более разветвленную структуру. Также в корейском и китайском языках есть одно важное правило, это на уровне семейных и родственных отношений действует следующее правило: младшие по возрасту не могут обращаться к старшим по имени [5, с. 54]. Например, учитывается очередность родственников согласно генеалогическому древу: «первая» тетя 大姨 (da yi), вторая тетя 二姨 (er yi). Отдельные номинации имеют родственники со стороны отца и матери: бабушка со стороны мамы 姥姥

(lao lao), дедушка со стороны мамы 姥爷 (lao ye); бабушка со стороны папы 奶奶 (nai nai), дедушка со стороны папы 爷爷 (ye ye); сестра со стороны папы: 姑姑 (gu gu); сестра со стороны мамы 姨.

При этом стоит отметить тот факт, что для большинства русских и китайских обращений характерна редупликация – повторение слоговых элементов. Например, в русском языке: *мама, папа, дядя, тетя, баба, деда*. В китайском языке: бабушка со стороны мамы 姥姥 (lao lao); бабушка со стороны папы 奶奶 (nai nai), дедушка со стороны папы 爷爷 (ye ye), сестра со стороны папы: 姑姑 (gu gu).

Корейские родственные слова-обращения выражаются тремя способами:

1) Основной способ (아버지 «отец», 어머니 «мать», 할머니 «бабушка», 삼촌 «дядя по матери», 이모 «тетя по матери», 형 «брат», 숙부 «младший брат отца» и т. д.)

2) Основная форма + 님 + 씨

님 = 아버님, 어머님, 형님 и т. д.

씨 = 제수씨 «старшая невестка»

3) Близкая форма (아빠 «папа», 엄마 «мама»).

Таким образом, можно сказать, что русская система обращений имеет более простую систему в сравнении с китайской и корейской: это относится как к профессиональной сфере, где русский язык зачастую ограничивается полным именем, в отличие от китайского с указанием социального статуса и должности и корейского с указанием должности, так и к родственными обращениями, где и корейский и китайский язык предполагают различные обращения, учитывая очередность, близость и линию родства. Также в русском языке мы видим слияние обращений в профессиональной сфере между коллегами, когда обращение может использоваться в уменьшительно-ласкательной форме и обращения внутри семьи, где также может использоваться имя в уменьшительно-ласкательной форме, что является абсолютно недопустимым в корейском и китайском языках. Все это подчеркивает схожесть лингвокультур дальневосточных стран и их существенное отличие от лингвокультуры России.

Литература и источники

1. Гольдин, В. Е. Обращение: теоретические проблемы / В. Е. Гольдин. – М.: Либроком, 2009. – 136 с.

2. Юсупова, Г. А. К вопросу исследования обращений в корейском языке / Г. А. Юсупова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2012. – № 33. – 144 с.

3. Нгуен, В. Обращение в русском речевом этикете с точки зрения носителей вьетнамского языка / Ву Нгуен, Ти Хыонг // Вестник РУДН. Серия: русский и иностранные языки и методика их преподавания. – № 1. – 2009. – 26 – 31 с.

4. Формановская, Н. И. Русско-китайские соответствия: Справочник / Н. И. Формановская, Лю Цзин. – М.: Высшая школа, 2007. – 102 с.

5. Гвоздева, И. В. Сопоставительный анализ формул обращений в китайской и русской коммуникативных культурах / И. В. Гвоздева // Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах: материалы VIII Международной научной конференции: в 2-х томах, отв. ред. Л. А. Нефедова. – Челябинск: Энциклопедия, 2016. – 53-55 с.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Денисова Э. С., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 811.581

ЭВФЕМИЗМЫ ТЕМАТИЧЕСКИХ ГРУПП «ВОЗРАСТ», «БОЛЕЗНЬ» И «СМЕРТЬ» (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО И КИТАЙСКОГО ЯЗЫКОВ)

Скрябикова В. В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

skryabikova2015@yandex.ru

Данная исследовательская работа посвящена теоретическому и практическому исследованию эвфемизмов тематических групп «возраст», «болезнь» и «смерть» в русской и китайской лингвокультурах. В данной статье представлены как выдержки из работ ведущих отечественных и зарубежных лингвистов, занимающихся проблемой эвфемизации, так и практическое исследование актуальности использования эвфемистических выражений в процессе современной речевой коммуникации. Особый интерес в рамках поставленной проблемы представляет изучение эвфемистических единиц как языковых, когнитивных и культурных феноменов. Цель исследования состоит в изучении механизмов создания и функционирования эвфемизмов в сфере межкультурной коммуникации. Для достижения данной цели были выполнены такие задачи, как изучение теоретических основ исследования русских и китайских эвфемизмов в лингвистике; выявление и описание состава эвфемизмов тематических групп «смерть», «возраст» и «болезнь» в китайском и русском языках; раскрытие лингвокультурной специфики собранного материала. Материалом для работы являлась эвфемистическая лексика, номинирующая «смерть», «возраст» и «болезнь» в китайском и русском языках. В качестве источников исследования были использованы русские и китайские словари эвфемизмов. Полученные результаты исследования могут быть использованы в курсах по межкультурной коммуникации.

Ключевые слова: эвфемизм; табу; возраст; болезнь; смерть; эксперимент.

**EUPHEMISMS OF THE THEMATIC GROUPS “AGE”, “DISEASE” AND “DEATH”
(ON THE MATERIAL OF THE RUSSIAN AND CHINESE LANGUAGES)**

Skryabikova V. V.

Kemerovo State University

This research work is devoted to theoretical and practical study of euphemisms of the thematic groups “age”, “disease” and “death” in Russian and Chinese linguistic cultures. This article presents both extracts from the works of leading domestic and foreign linguists dealing with the problem of euphemization, as well as a practical study of the relevance of using euphemistic expressions in the process of modern speech communication. Particular interest of the research is studying euphemisms as linguistic, cognitive and cultural phenomena. The purpose of the research is to study the mechanisms of creation and functioning of euphemisms in the field of intercultural communication. To achieve this goal, tasks such as studying the theoretical foundations of the study of Russian and Chinese euphemisms in linguistics; identification and description of the composition of euphemisms of the thematic groups “death”, “age” and “disease” in Chinese and Russian; disclosure of linguistic and cultural specifics of the collected material were performed. The material for the work was euphemistic vocabulary, nominating "death", "age" and "disease" in Chinese and Russian. The research sources used were Russian and Chinese dictionaries of euphemisms. The results of the study can be used in the field of intercultural communication.

Key words: euphemism; taboo; age; disease; death; experiment.

В современном мире такое понятие как толерантность занимает одну из главных ниш в процессе коммуникации. В XXI веке люди все больше внимания уделяют различным способам и методам избегания коммуникативных неудач. Одним из способов является использование эвфемизмов. Понятие «эвфемизм» встречалось ещё в работах античных

авторов. Традиционно под эвфемизмами (греч. *euphémismos*, от *eu* - хорошо, *phémi* - говорю) в лингвистике понимают «эмоционально нейтральные слова или выражения, употребляемые вместо синонимичных им слов и выражений, представляющихся говорящему неприличными, грубыми или нетактичными» [1, с. 590]. Так, в русском языке мы употребляем эвфемизм *полный* вместо *толстый*, в английском используется эвфемизм *to pass away* «исчезнуть / скончаться» (букв. уйти далеко) вместо *to die* «умереть», в китайском находим оборот *我不舒服了* «нездоровится» (букв. мне неудобно) вместо *生病了* «заболеть».

За всю историю развития языка и общества эвфемизмы прошли долгий путь становления – от невербальных запретов (т. е. запреты на различные действия, замены имен) до вербальных (т. е. запреты на определенные слова и темы). Первые замены появились еще в древности – злых духов, демонов, пугающих животных, смерть и т.п. называли не своими именами, а придумывали новые для их отпугивания и защиты своей общины. С установлением более централизованной власти, в которой присутствовала одна правящая семья или священные люди (жрецы, старейшины и т.п.), появилось понятие «табу», которое сохранилось и до наших дней. Изначально под табу понимались запреты на различные действия (дотрагиваться до тела умершего вождя; касаться его вещей; произносить его имя и т.п.) [2, с. 84]. В современном мире запретов на действия практически не осталось и табу плавно перетекло в условное обозначение запрещенных или неудобных к разговору или упоминанию тем, таких как старость, болезнь, смерть, лишний вес, физические отклонения и др.

На данном этапе своего развития эвфемизмы могут использоваться довольно часто и без какой-либо специальной подготовки, данные выражения очень прочно укоренились в нашей речи. Л. П. Крысин в статье «Эвфемизмы в современной русской речи» выделил следующие цели эвфемизмов [3, с. 31-35]:

1. Стремление избегать коммуникативных конфликтов и неудач, не создавать у собеседника чувства коммуникативного дискомфорта.
2. Вуалирование, камуфляж существа дела.
3. Стремление сообщить нечто адресату таким образом, чтобы это было понятно только ему.

А. П. Кудряшова в своей монографии «Эвфемизмы в семантических полях «смерть», «болезнь», «возраст» (на материале современных русского и немецкого языков)» выделила еще несколько не упомянутых у Крысина пунктов [4, с. 13-21]:

1. Замена именований, относящихся к словам-табу.
2. Приукрашивание, возвышение статуса обозначаемого.
3. Облагораживание речи.

Над проблемой эвфемизации работали многие отечественные и зарубежные лингвисты (А. А. Реформатский, Н. С. Моховикова, Е. П. Сеничкина, Чжан Чань, Цун Фэнлин и др.). В процессе изучения эвфемизации русскими лингвистами было создано 2 словаря: «Словарь эвфемизмов русского языка» [Сеничкина, 2008] и «Семантика и прагматика эвфемизмов. Краткий тематический словарь современных русских эвфемизмов» [Ковшова, 2007]. В китайском же языке создан словарь эвфемизмов 《实用委婉语词典》 («Словарь практических (полезных) эвфемизмов»), автором которого выступил Яцзюнь Ван [Ван, 2005].

Работая с данными словарями, мы заметили, что тематические группы эвфемизмов в русском и в китайском языках организованы по-разному. Так, например, в русском языке Чжан Чань выделяет 16 тематических групп эвфемизмов: эвфемизмы, обозначающие 1. **смерть**; 2. **болезни**; 3. бедность; 4. богатство; 5. сексуальную сферу; 6. **физиологию**; 7. преступления; 8. **части тела**; 9. **старость**; 10. свадебную лексику; 11. непрестижные профессии; 12. военные действия; 13. несчастья; 14. сверхъестественные силы; 15. пьянство; 16. обращения [5, с. 15]. Отметим, что несмотря на то, что Чжан Чань – лингвист китайского происхождения, мы относим его труды к отечественным, так как все они

написаны на русском и основаны на сопоставлении эвфемизмов русского и китайского языков. В словаре китайских эвфемизмов мы можем видеть следующие тематические группы: 1. вежливость, контакты; 2. воодушевление, похвала; 3. условия, положение (материальное положение); 4. наставления, критика; 5. **выражение сочувствия; сочувствие, почтение памяти умершего и выражение соболезнования семье покойного**; 6. ощущения, воспоминания (тоска); 7. ведение дел, события; 8. **организм человека, жизненные процессы**; 9. времена года, **вес**; 10. наименование, профессии; 11. таланты, недостатки; 12. оценка, одобрение [6, с. 5-6]. Как видим, несмотря на совершенно разное деление на группы эвфемизмов русского и китайского языков, исследуемые нами темы присутствуют в обеих классификациях.

Для подробного изучения данной темы в течение 2019-2020 г. были проведены 2 этапа лингвистического эксперимента. Оба этапа представляли собой анкетирование, но были по-разному оформлены. В первом этапе участвовали 60 человек: 30 русских студентов и 30 китайских (для последних анкета была переведена на китайский язык). В анкете было предложено вспомнить и написать эвфемизмы, относящиеся к тематическим группам «возраст», «болезнь» и «смерть». По окончании пилотного эксперимента мы получили следующие результаты (см. таблицу № 1):

Таблица № 1.

Тематическая группа	Русский язык	Китайский язык
Возраст	56 (52%)	40 (43%)
Болезнь	31 (29%)	15 (16%)
Смерть	20 (19%)	38 (41%)
Итого	108	93

По результатам первого этапа эксперимента мы смогли выявить наиболее и наименее употребляемые эвфемизмы, изучили специфические эвфемистические выражения, основанные на религиозных и исторических знаниях (*отправиться в Вальгаллу* в м. ‘умереть’, *возраст Христа* в м. 33 года, *бун* ‘скончаться’ (об императоре); 不禄 ‘без содержания’ (о безвременной смерти чиновника)), также студенты указали некоторое количество выражений, относящихся к различным профессиональным сферам (медицинские: *летальный исход, потерять больного* в м. ‘умереть’ *новообразование* в м. ‘опухоль’, *педикулез* в м. ‘вшивость’; военные: *груз 200* в м. ‘погибшие срочной службы’). Многие респонденты также написали в анкетах дисфемизмы, такие как *скопываться, сдохнуть, склеить копыта, лапы склеить, окочуриться* в м. ‘умереть’, *жмурик* в м. ‘мертвый человек’. Из этого мы сделали вывод, что информанты не понимают, в чем состоит отличие между эвфемизмами и дисфемизмами, что объясняется быстрым развитием современного русского языка. Как правило, дисфемизмы – это бывшие эвфемизмы, которые стали неудобны или нетактичны в использовании.

В 2020 году состоялся второй этап эксперимента – анкетирование, но немного другого формата. Всего было задействовано 107 человек – 56 носителей русского языка и 51 носитель китайского языка (для последних анкета была переведена на китайский язык). Респондентам было предложено следующее задание: написать, какими эвфемизмами можно заменить пропуски, чтобы не обидеть человека, в данных предложениях:

1. Операция длилась 8 часов, но он _____ (умер).
2. Я взял больничный на работе, потому что _____ (болею).
3. После беременности она _____ (потолстела).
4. Этот крем подходит для _____ (женщин старше 50).

По окончании второго этапа эксперимента мы получили следующие результаты, отраженные в таблице № 2.

Таблица № 2.

Речевая обозначаящая...	ситуация,	Русский язык	Китайский язык
-------------------------	-----------	--------------	----------------

сообщение о смерти	32 (24%)	18 (34%)
сообщение о болезни	25 (19%)	13 (24%)
сообщение о наличии лишнего веса	30 (22%)	12 (22%)
сообщение о возрасте	47 (35%)	11 (20%)
Итого	134	54

По результатам данного этапа мы выявили наиболее и наименее продуктивные эвфемистические выражения. Мы смогли выделить особенности использования эвфемизмов, обозначающих тему смерти. В зависимости от того, как человек покинул этот мир, используются разные эвфемизмы. Например, если человек умер своей смертью, обычно говорят *ушел из жизни, отдал Богу душу* и т.п., если человек был убит – *погиб*, если человек покончил жизнь самоубийством – *наложил на себя руки, свел счеты с жизнью*, если умер от долгой и тяжелой болезни – *отмучился, не смог побороть болезнь* и т.п. Исходя из этого, мы можем добавить еще один пункт в целях эвфемизации – уточнение фактов. На данном этапе эксперимента русские студенты также указали различные дисфемизмы, активно используемые в современной речи: *откинулся, сдох, двинул кони* вм. ‘умер’; *стала коровой, не помещается в проход, расперло* вм. ‘потолстела’; *старая кляча* вм. ‘женщина старше 50’.

Данный эксперимент также показал нам, как легко в русском языке появляются новые эвфемизмы. Это можно увидеть на примере четвертого предложения, сообщающего о возрасте женщины. Студенты написали много похожих, но в то же время разных эвфемизмов: *женщины бальзаковского возраста; женщины в возрасте; женщины среднего возраста; взрослые дамы; женщины преклонного возраста; пожилые женщины; женщины зрелого возраста; зрелые женщины; женщины зрелых лет; зрелые; зрелые дамы; зрелая кожа; женщины всех возрастов; женщины средних лет; женщины любого возраста; дамы пожилого возраста; женщины старшего возраста* и т.п. Можно заметить, что одни и те же слова активно используются в разных словосочетаниях, в китайском же языке многие иероглифы не сочетаются между собой, а имеют устоявшуюся пару. Это можно также объяснить тем, что в русском языке – свободный порядок слов, а в китайском – прямой порядок, поэтому в китайском языке нет возможностей так же комбинировать или переставлять слова и получать новые выражения.

14. Таким образом, прибегнув к методике лингвистического эксперимента, мы подтвердили свое предположение о том, что носители языка в настоящее время активно используют как эвфемизмы, так и дисфемизмы. Эвфемизация – это тенденция, направленная на облегчение коммуникации с помощью использования тактичной и уместной лексики, дисфемизмы же, наоборот, связаны с огрублением нашей речи. Довольно частое использование дисфемизмов и появление новых эвфемизмов доказывает, что наша речь развивается, и те выражения, которые раньше считались эвфемизмами, утратили свою нейтральность и стали грубыми и нетактичными, поэтому носители языка стремятся заменить их новыми выражениями, чтобы восполнить «утрату».

Литература и источники

1. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – 2-е изд. – М.: Большая российская энциклопедия, 2000. – 688 с.
2. Чжан, Чань. Соотношение понятий табу и эвфемизм (на примере русского и китайского языка) / Чжан Чань // Вестник МГОУ. Серия «Лингвистика». – 2012. – № 6. – С. 83-87.
3. Крысин, Л. П. Эвфемизмы в современной русской речи / Л. П. Крысин // Русистика. – Берлин, 1994. – № 1-2. – С. 28-49.
4. Кудряшова, А. П. Эвфемизмы в семантических полях «смерть», «болезнь», «возраст» (на материале современных русского и немецкого языков) / А. П. Кудряшова. – Саратов:

Саратовский социально-экономический институт (филиал) ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2015. – 136 с.

5. Чжан, Чань. Эвфемизация в русском и китайском языках: лингвокультурологический и лингвопрагматический аспекты: автореф. дис. канд. филол. наук: 10.02.20 / Чжан Чань. – Волгоград, 2013. – 24 с.

6. Ван, Яцзюнь. Практический словарь эвфемистических слов и словосочетаний. – Китай, Шанхай. – 2005. – 434 с.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Денисова Э. С., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 811:395.6

СПЕЦИФИКА РЕЧЕВОГО ЭТИКЕТА В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ (НА ПРИМЕРЕ ФОРМ ОБРАЩЕНИЯ)

Тарасова А. А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

tarasova.ana96@mail.ru

Данная работа посвящена изучению обращений в русском и китайском языках. Обращение является одним из важнейших средств универсального характера, выработанных языком в качестве посредника для человеческого общения. Поэтому обращение можно считать языковой универсалией, обслуживающей одну из важнейших сторон речевой деятельности – организацию и регуляцию коммуникативных отношений. Объектом исследования в нашей работе являются обращения русского и китайского языков, а предметом исследования – установление их лингвокультурной специфики. Рабочая гипотеза исследования выражается в следующем: китайские обращения могут как иметь эквиваленты в системе русского языка, что показывает общность (универсальность) сопоставляемых культур, так и не иметь соответствий, что позволяет выявить национально-культурную специфику (индивидуальность) каждой культуры в отдельности. Цель исследования состоит в сопоставительном изучении обращений для выявления общего и частного в усвоении данной категории разными носителями языка. Данная цель подразумевает постановку и решение следующих задач: 1) изучение научной литературы по выбранной проблематике; 2) отбор материала для сопоставления в русском и китайском языках; 3) разработка экспериментального исследования; 4) проведение экспериментального исследования путем анкетирования; 5) сравнение полученных результатов в русской и китайской лингвокультурах.

Ключевые слова: речевой этикет, формы обращения, межкультурная коммуникация, русский язык, китайский язык, лингвистический эксперимент.

SPECIFICS OF SPEECH ETIQUETTE IN RUSSIAN AND CHINESE LINGUOCULTURES (ON THE EXAMPLE OF FORMS OF ADDRESS)

Tarasova A. A.

Kemerovo State University

This project is devoted to the analysis of appeals in Russian and Chinese languages. The appeal is one of the most important universal means developed by the language to serve human communication. For this reason, the appeal can be considered a language unit serving one of the most important aspects of speech activity is the organization and regulation of communicative relations. The object of the study in our project is the treatment of Russian and Chinese languages, and the subject of the study is the establishment of their linguacultural specificity. The working

346

hypothesis of the study is expressed in the following: Chinese addresses can have equivalents in the Russian language system, which shows the commonality (universality) of the cultures being compared, and may not have correspondences, which makes it possible to identify the national cultural specificity (individuality) of each culture separately. The purpose of the study is a comparative study of appeals to identify the general and particular in the assimilation of this category by various native speakers. This goal implies the formulation and solution of the following tasks: 1) the study of scientific literature on selected issues; 2) selection of material for comparison in Russian and Chinese; 3) development of an experimental study; 4) conducting an experimental study by questionnaire; 5) comparison of the results in Russian and Chinese linguistic cultures.

Key words: speech etiquette, forms of address, intercultural communication, Russian language, Chinese language, linguistic experiment.

Данная работа является откликом на возрастающую потребность лингвистов в изучении языков, не связанных между собой общим происхождением или взаимным влиянием. Вопросы, сопряженные с такой дисциплиной, как культура речевого общения, актуализируются, требуя их основательного изучения и рассмотрения в сопоставительном аспекте на разном языковом материале. Одним из таких вопросов является употребление форм обращения. Для исследования нами были выбраны два языка – русский и китайский, не являющиеся родственными по своему происхождению.

В рамках предложенной работы был проведен эксперимент, позволяющий рассмотреть один из аспектов деятельности, осуществляемой в ходе всего исследования, которое включало в себя изучение обращений на базе ответов китайских студентов, обучающихся в Кемеровском государственном университете (КемГУ). На рассмотрение были взяты обращения по иностранным именам.

Исследований, посвященных обращениям в рамках речевого этикета, в современной лингвистике не так много. Одним из наиболее ярких примеров являются исследования И. А. Стернина. В одной из своих работ он отмечает: «Коммуникативная этика в поведении людей формируется в процессе их жизнедеятельности, обучения, приобретения жизненного опыта. Формирование этического коммуникативного поведения — важная задача общества в отношении своих членов, поскольку формирование коммуникативной этики не осуществляется автоматически, необходимы целенаправленные усилия общества по ее формированию» [1, с. 6]. Данное утверждение доказывает, что речевой этикет формируется в соответствии с культурными и идеологическими предпосылками и этическими установками, отраженными в языке и формирующими нормы речевого общения, а вместе с ними и формы обращений. Кроме того, ученый утверждает, что «ролевые отношения устанавливаются и поддерживаются социальной структурой общества, социальными группами, членом которых является тот или иной человек» [1, с. 7]. Это свидетельствует о зависимости видов обращений от социальных институтов.

Данный факт находит подтверждение и в диссертационной работе О. В. Эрлер, в которой проводится сопоставительный анализ форм обращения в китайском и русском языках на примере терминов родства. Автор указывает, что примером специфики китайской номинации «является разделение всех членов семьи на родственников со стороны мужа и со стороны жены. Обусловлено это тем, что традиционно, когда женщина выходила замуж за мужчину, она автоматически присоединялась к клану мужа и тем самым исключалась из своего» [2, с. 40]. Как отмечается, социальный статус имеет большое значение в китайской лингвокультуре, в соответствии с чем обращения получают свойство переходить из одного в другое даже в рамках семьи.

Так, данное исследование основано на работе, посвященной обращениям в китайском и русском языках, включающих в себя обращения следующих типов: *фамилия/имя; фамилия/должность; должность (социальный статус); термины родства;*

фамилия/формальная форма обращения (先生xiansheng ‘господин’, 女士nushi ‘госпожа’, 美女meinu ‘красавица’); обращение по имени; слова, указывающие на возрастную модификацию (小xiao ‘маленький’, 老lao ‘старый’, 大da ‘большой, взрослый’); иностранные имена; слова, указывающие на отношения между адресантом и адресатом (朋友pengyou ‘друг’, 同志tongzhi ‘товарищ’); единые обращения к людям разных профессий (师傅shifu ‘мастер, шеф’).

Наиболее частотным в китайском языке являются обращения типа ‘имя/соц. статус’ (李先生Li xiansheng – господин/мистер Ли), ‘имя/должность’ (张经理Zhang jingli – директор Чжан), ‘имя/профессия’ (吴老师Wu laoshi – учитель У). Данная форма обращения строго определяет статус человека и отношения между участниками разговора. На первом месте всегда располагается фамилия адресата, затем – его должность.

Однако возможно употребление обращений без указания фамилии, такое обращение уместно, если адресант и адресат незнакомы (经理jingli – директор). Часто такого рода обращения носят нейтральный характер, указывающий лишь на род деятельности человека, – 医生yisheng ‘доктор’. Однако есть и формы, содержащие информацию о возрасте и половой принадлежности. Так, существуют ограничения в употреблении таких лексем, как 小姐xiaojie ‘мисс’ и 女士nushi ‘миссис, леди’, которые соответственно могут быть обращены: первая – по отношению к молодым девушкам, вторая – взрослым, замужним женщинам. Или номинация 小伙子xiaohuozhi ‘парень’, употребляющаяся относительно молодых людей, и 先生xiansheng ‘мистер, господин’ – относительно мужчин.

Для данного исследования было выбрано одно из направлений, рассматриваемых нами в процессе написания работы: изучение употребления иностранных имен в обращении. За основу были взяты результаты пилотного опроса китайских студентов в количестве 14 человек.

Информантам была предложена анкета, содержащая восемь вопросов: 1) Напишите Ваше китайское имя (по-русски); 2) Что означает Ваше китайское имя в переводе на русский язык?; 3) Напишите Ваше русское имя; 4) Кто выбирал для вас русское имя?; 5) Нравится ли вам Ваше русское имя?; 6) Знаете ли Вы, что означает ваше русское имя? Если да, то напишите; 7) Как Вы хотите, чтобы к вам обращались?; 8) Почему было выбрано именно это русское имя?

Целью работы было выяснение того, чем руководствуются китайские студенты при выборе русских имен.

Рабочая гипотеза данного исследования состояла в следующем: при выборе русских имен китайские студенты могут руководствоваться следующими мотивами – фонетическая составляющая имени, созвучие с китайским именем, соответствие со значением китайского имени, произвольный выбор с помощью преподавателя, который выступает в качестве имядателя, самостоятельный выбор из личных предпочтений, выбор из нескольких предложенных имен.

По результатам эксперимента была составлена сводная таблица, в которой отражены результаты анкетирования.

Таблица 1

Вопросы анкеты	Ответы информантов
1. Напишите Ваше китайское имя.	<p>张宝龙 Чжан Гаолун (рус. Лёня) – сокровище и дракон;</p> <p>张艺新 Чжан Исин (рус. Инна) – искусство;</p> <p>张琦 Чжан Цы (рус. Надя) – красивый кусок</p>

<p>2. Что означает Ваше китайское имя в переводе на русский язык?</p>	<p><i>нефрита;</i> <i>于玮麟Юй Вэйлинь (рус. Елена) – драгоценный камень и зверь, символизирующий благо;</i> <i>高瑞泽Гао Жуйцзе (рус. Светлана) – умный и чистый, как вода;</i> <i>马静洁Ма Цзинцзе (рус. Оля) – бесшумный и великодушный;</i> <i>谢雨蒙Се Юймэн (рус. Лина) – хорошая погода, “хорошее настроение”;</i> <i>肖伊鸣Сяо Имин (рус. Галя) – иметь смысл;</i> <i>赵悦Чжао Юэ (рус. Анна) – счастлива каждый день;</i> <i>刘泽宇Лю Цзэюй (рус. Юра) – совершенствование мира и добро;</i></p>
<p>3. Напишите Ваше русское имя.</p>	<p><i>黄树文Хуан Шувэн (рус. Игорь) – желтый, дерево и литература;</i> <i>薛鹏飞Сюэ Пэнфей (рус. Петя) – иметь великие перспективы;</i> <i>刘柏麟Лю Байлин (рус. Борис) – кипарис и мифическое животное Лин;</i> <i>韩琪Хань Ци (рус. Лилия) – добрый.</i></p>
<p>4. Кто выбирал для Вас русское имя?</p>	<p><i>Преподаватель (8), самостоятельно (6).</i></p>
<p>5. Почему было выбрано именно это русское имя?</p>	<p><i>Красивое (4); значение имени (4); фонетическое сходство с китайским именем (4); произвольно выбрано преподавателем (2).</i></p>
<p>6. Нравится ли Вам ваше русское имя?</p>	<p><i>Да (14).</i></p>
<p>7. Знаете ли Вы, что означает русское имя? Если да, то напишите.</p>	<p><i>Нет (10), да (4).</i> <i>Лилия – цветок;</i> <i>Надя – как солнечное утро;</i> <i>Елена – светлая и яркая;</i> <i>Светлана – свет.</i></p>
<p>8. Как Вы хотите, чтобы к Вам обращались?</p>	<p><i>Русское имя (9), русское и китайское (4), китайское имя (1).</i></p>

Наиболее значимыми для исследования стали ответы на вопросы под номерами 5 и 7, опираясь на сведения в которых, нами были выведены некоторые закономерности в выборе русских имен для китайцев. Так, основными факторами выбора имен стали семантическая наполненность и фонетическое сходство с китайским именем, данным при рождении.

Пересечение вопросов дает более детальную и полную картину восприятия китайскими студентами языковой картины мира и позволяет в рамках данной работы проанализировать пересечения в ответах в разных частях анкеты. В вопросе под номером 5 информанты указывают причины выбора русского имени, а седьмой вопрос детализирует пункты, указанные китайскими студентами. Таким образом, одной из причин выбора русского имени для четырех анкетированных стала семантическая составляющая, отраженная в данных вопроса номер 7. А соотношения в ответах вопросов 2 и 7 указывают на одну из причин выбора имен, отраженную в вопросе 5 (см. таблицу 1).

В ответах на восьмой вопрос содержится поправка относительно среды, в которой находится человек, и соотношения уместности употребления китайских и русских имен.

Таким образом, китайские информанты указывают, что в России им хотелось бы, чтобы к ним обращались, используя русское имя, а в Китае, соответственно, – китайское. Из чего можем сделать вывод, что основной мотивацией употребления русского имени является погружение в языковую среду.

В рамках данного исследования планируется расширить эмпирическую базу путем проведения основного этапа эксперимента и провести сопоставительный анализ форм обращения в рамках этикетных норм китайской и русской лингвокультур.

Литература и источники

1. Стернин, И. А. Русский речевой этикет. Учебное пособие / И. А. Стернин. – Воронеж, 1996. – 73 с.

2. Эрлер, О. В. Формы обращения в русской и китайской лингвокультурах. Лингвопрагматический аспект изучения: магистерская диссертация / О. В. Эрлер. – Кемерово, 2018. – 105 с.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Денисова Э. С., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81

СЕМАНТИКА ЦВЕТА ВО ФРАЗЕОЛОГИЗМАХ РУССКОГО И КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА

Терёхина М.С.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

Mashater2000@mail.ru

Статья посвящена изучению русских и китайских фразеологизмов, в состав которых входят лексические компоненты с названиями цвета. Цель данного исследования – установить специфику фреймовой организации фразеологизмов русского и китайского языков с названиями цветов, определить их роль в организации языковой картины мира данных народов, обладающих диаметрально противоположной культурой. Для сравнения восприятия этих лексем носителями русского и китайского языков был проведён свободный ассоциативный эксперимент, в ходе которого выявлены сходства и различия в значениях фразеологизмов. Результаты анализа показали, что далеко не все значения фразеологизмов с семантикой цвета определенной лингвокультуры отражены в словарях и справочниках, а восприятие и употребление одних и тех же выражений в русском и китайском языке имеют семантические отличия, обусловленные спецификой языковых картин мира данных народов, детерминированных природными условиями, культурными и религиозными традициями, а так же той тенденцией номинации, которая положена в основу русского и китайского языков. Незнание данных особенностей восприятия и употребления данных фразеологизмов может проявиться в межкультурной коммуникации и затруднить диалог.

Ключевые слова: языковая картина мира, фразеологизмы, лингвокультура, цвет, символическое значение.

SEMANTICS OF COLOR IN PHRASEOLOGICAL UNITS OF THE RUSSIAN AND CHINESE LANGUAGES

Terekhina M.S.

Kemerovo State University

The article is devoted to the study of Russian and Chinese phraseology, which include lexical components with names of colors. The purpose of this article is to establish the specifics of the

frame organization of phraseological units of the Russian and Chinese languages with the names of the colors, to determine their role in organizing the linguistic picture of the world of these peoples, which have a diametrically opposite culture. For comparison of lexems perception of native Russian and Chinese people was carried out associative experiment, during which revealed similarities and differences of phraseologosms. The results showed that not all color phrases values of certain lingvistic culture reflected in dictionaries and references, and the perception and use of the same expressions in Russian and Chinese have semantic differences due to the specifics of language pictures of the world these people, deterministic natural conditions, cultural and religious traditions, as well as the nomination of the trend, which is the basis for the Russian and Chinese languages. Ignorance of these features of perception and use of the data may occur in the phraseology of intercultural communication and obstruct dialogue.

Keywords: Language picture of the world, phraseologisms, linguistic culture, color, symbolic meaning.

Национальный характер определенного народа проявляется во всех сферах жизнедеятельности: быт, обычаи, культура, история и т.д. Каждая народность воспринимает этот мир согласно личному опыту и наблюдениям. Исходя из этого каждый народ имеет свою языковую картину мира.

По мнению Караулова Ю.Н., «нельзя познать сам по себе язык, не выйдя за его пределы, не обратившись к его творцу, носителю, пользователю - к человеку, к конкретной языковой личности».

А также каждый язык имеет свои устойчивые выражения (фразеологизмы), которые обладают особой выразительностью и передают особенности образного мышления того или иного народа и отражают его национальную специфику. Ведь именно они делают нашу речь не такой сухой, а помогают наполнить ее эмоциональностью и точностью

Объектом нашего исследования являются фразеологизмы русского и китайского языков, содержащие лексические компоненты с семантикой цвета.

С древнейших времен отмечается теснейшая связь цвета и человека, способность цвета воздействовать на человека. Об этом говорят археологические, этнографические раскопки, мифология и фольклор всего мира. Цвет вызывает у человека различные чувства: возбуждение, покой, равнодушие. Эти чувства человек выражает через языковые стереотипы. С древних времён у тех или иных народов складывалась определённая гамма цветов, наделенная своим значением. Это зависело от окружающей среды, обычаев и традиций народов

Любая культура в развитии приобретает свою символику, которая может выражаться не только символах, но и в цвете. В культуре цвет одновременно является естественным, природным, но и также искусственным.

В Китае цвета имеют более выраженное символическое значение, часто отличное от привычного европейцу. Во многом отношении китайцев к цвету определяет «теория пяти элементов», которая делит картину мира на пять составляющих [Чаплинская Ю.А.]. Согласно этой теории, все явления окружающего мира соотносятся со свойствами Дерева, Огня, Земли, Металла и Воды. Эта система классификации связывает воедино все, что окружает человека в его жизни, в том числе и цвета. На основе теории «пяти элементов» китайцы и выделяют пять цветов, которые влияют друг на друга, повинаясь законам взаимопорождения и взаимопреодоления: белый 白**bái**, черный 黑**hēi**, красный 红**hóng**, сине-зеленый 青**qīng** и желтый 黄**huáng**. Эти пять цветов традиционно считаются самыми благородными, «беспримесными».

Наличие схожих по семантике субфреймов и их разной вербальной организации обуславливается «прототипичностью для той или иной нации представленных во фразеологизмах номинированных реалий», что символизирует когнитивный подход к изучению устойчивых словосочетаний русского и китайского языков.

В русской традиционной культуре цвет также имел большое значение и использовался как в бытовой, так и в обережной традиции. Триединство восприятия устройства мира у славян: небо-отец + земля-мать + человек (их творение), оказало влияние и на восприятии цвета. Основные цвета (красный, белый, синий и черный) несли большую информационную нагрузку. По наличию и использованию того или иного цвета можно было многое сказать о человеке и его положении в обществе. В современной науке принято делить все цвета на две основные группы: ахроматические и хроматические. Данные термины берут свое начало в древнегреческом, где *chroma* -краска, цвет. Ахроматические- это не имеющие собственно «цветовых» признаков: белый, черный, серый. Они лишь называют степень освещенности. К хроматическим же относят наименования основных цветов спектра.

Сравним фразеологизмы, содержащие в себе фрейм «красный» и «红» Hóng соответственно в данных языках.

У большинства людей красный ассоциируется именно с китайской традиционной культурой, и это логично, ведь это общепринятый цвет для большинства праздников и мероприятий в Китае, также это цвет огнедышащего дракона и в целом огня. Даже в русских фразеологических словарях можно найти выражение «Красный дракон» -Китай.

На всех праздниках преимущественно присутствует красный цвет, особенно на Лунный Новый Год и свадьбу, так как костюмы молодоженов издавна именно этого цвета.

Существует много фразеологизмов в положительном ключе, описывающие красоту и благородство, где в составе есть иероглиф 红 Hóng красный :

齿白唇红 chǐ bái chún hóng «Зубы белые, губы алые» — красивый (о человеке); описание красивой внешности.

万紫千红 wàn zǐ qiān hóng «Десять тысяч бордового, тысяча красного» — многоцветный; красочный; многогранный; разнообразный.

姹紫嫣红 chà zǐ yān hóng «Нежно-фиолетовый, ярко-красный» — красота и нежность цветов.

Красный цвет имеет и негативные оттенки:

«红眼病» Hóngyǎnbìng «болезнь красных глаз» русские эквиваленты: «позеленеть от зависти», «завидовать по-черному».

灯红酒绿 dēng hóng jiǔ lǜ «Фонарь красный, вино зеленое» — разгульная, безбашенная жизнь. Примечательно, что красный описывает как присутствующую красоту, так и обратное: 翠消红减 cuì xiāo hóng jiǎn «Изумруды исчезли, красота поблекла» — поблекшая(ушедшая) женская красота.

В нашей культуре красный является символом жизни, процветания и совершенства. Он олицетворяет огонь и солнце, наделен всеми присущими им функциями и свойствами (например, является символом защиты от чего-то плохого. Отсюда и пошли следующие выражения:

Красно солнышко – дающее силы и жизнь

Красна девица – здоровая, полная сил девушка. Примечательно, что ранее красна девица – именование любой красивой девушки, а красная девица – обозначение вполне определённого человека. Впоследствии данный признак (неопределённость / определённость) был утрачен.

Как и в китайском языке в русском

В фольклоре – это символ женского начала: аленький цветочек – символ девочки или красна ягода – девушка/женщина.

Однако большинство фразеологизмов с рассматриваемым нами компонентом осталось с советских времен, но по сей день используются. К ним можно отнести:

«Красный следопыт»- пионер или комсомолец, ведущий поисковую работу по сбору материалов для музеев революционной, боевой и трудовой славы на общественных началах.

«Красная доска» -доска почета; тенд с именами лучших производителей. Ныне используется в школах и других учебных заведениях, где показаны результаты лучших учеников или их выдающиеся работы.

«Красный уголок» - помещение, часть помещения или специальная конструкция (стенд), в каком-либо предприятии или учреждении, отведённые под нужды агитации и политического просвещения. Примечательно, что термин красный уголок не имеет соответствующего эквивалента в английском языке и переводится либо наиболее близкими по смыслу recreation room (англ. комната отдыха) reading room (англ. комната для чтения, читальня) либо red corner club (англ. Клуб «красный уголок»).

«Красный день календаря» -праздничный, выходной день. Название термина происходит от традиции в Советском Союзе окрашивать в красный цвет листы с праздничными днями в отрывных календарях. В современных табличных календарях также такие дни выделяются красным цветом.

Сопоставительный анализ, проделанный нами в ходе работы со словарями и проведения психолингвистического эксперимента, помогает раскрыть как совпадения, так и особенности использования фразеологизмов с семантикой цвета для характеристики внутреннего и внешнего мира человека, а также наиболее универсальных житейских ситуаций. Результаты работы позволяют сделать вывод о том, что языковая картина мира, при всей ее объективности и целостности, не является зеркальным отображением мира, а представляется ее интерпретацией, которая варьируется от языка к языку, подтверждая тем самым мысль о преобладании национально-специфического видения мира.

Таким образом, выявляются как общие, так и уникальные черты в культуре определенной нации, отраженные во фразеологической картине мира с учетом реализации в ней лексики цвета русского и китайского языков. Фреймовая структура с входящими в нее субфреймами позволяет составить языковую картину мира обоих народов, отразить их мировосприятие посредством фразеологизмов с лексическими компонентами цвета. Исследование фразеологизмов в аспекте фреймов позволяет по-новому взглянуть на фразеологический материал.

Литература и источники

1. Араева Л.А. Мир во фразеологизмах мира//Słowo. Tekst. Czas, red. M.Aleksiejenko, M. Gordy, +. II, Szczecin–Greifswald 2014.
2. Дубкова О.В. Цвет в китайском языке и культуре // Бытие и язык. Новосибирск, 2004.
3. Завьялова,-Н.-А.-Фразеологизмы с компонентом цветообозначения как реализация национального самосознания китайского и русского народов /НА. Завьялова- //-Лингвокультурология.- 2008.
4. Чэнь,-Си.-Цветовая-символика-в-китайском-языке-/-Чэнь-Си-//-Вестн.-Моск.-ун-та.-Сер.: -Филология. —1992.
5. 大БКРС-[Большой-китайско-русский-словарь-онлайн]-[Электронный-ресурс].— -URL:-<https://bkrs.info/>.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Булгакова О.А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 811.581

СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА РЕАЛИЙ РУССКОЙ КУЛЬТУРЫ В АНГЛИЙСКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ (НА МАТЕРИАЛЕ ЖАНРА ПУТЕВОДИТЕЛЯ)

Фролова С. А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

Данная работа посвящена теоретическому и практическому исследованию экзотизмов в русской и китайской лингвокультурах. Особый интерес в рамках поставленной проблемы представляет изучение экзотизма как единицы передачи лингвокультурных реалий и способов его перевода. Отдельное внимание в работе уделяется определению общего и отличного в понимании и определении границ термина «экзотизм» в английском и китайском языках. Целью исследования является изучение особенностей заимствования, а также частота и способы использования. Материалом для работы послужили русские экзотизмы из английского и китайского языков. В качестве источников исследования использовались различные путеводители, соответствующие выбранным нами характеристикам. В ходе данной работы были поставлены и решены такие задачи, как изучение теоретической базы явления заимствования в английской и китайской лингвокультурах; сбор и распределение экзотизмов по тематическим группам в сравниваемых языках; сопоставление английских и китайских экзотизмов; раскрытие лингвокультурных особенностей отобранного материала. Полученные результаты исследования могут быть использованы в сфере межкультурной коммуникации.

Ключевые слова: заимствование; экзотизм; путеводители; русский язык; английский язык; китайский язык.

**SPECIFICITY OF TRANSLATION OF REALITIES OF RUSSIAN CULTURE
IN ENGLISH AND CHINESE LANGUAGES
(ON THE MATERIAL OF THE GUIDE'S GENRE)**

Frolova S. A.

Kemerovo State University

This paper describes theoretic and practical research of exoticisms in the Russian and Chinese linguocultures. Of particular interest of this problem is the study of exoticisms as a unit of transfer of linguistic and cultural realities and ways of its translation. Special attention is paid to the definition of common and different in understanding and defining the boundaries of the term "exoticism" in English and Chinese. The purpose of the studying is to study the features of borrowing, together with the frequency and methods of use. The material for the work was Russian exoticisms from English and Chinese. The research sources were various guidebooks that correspond to the characteristics we selected. During the work several tasks were set and solved: study of the theoretical basis of the phenomenon of borrowing in English and Chinese linguocultures; collection and distribution of exoticisms by topic groups in the compared languages; comparison of English and Chinese exoticisms; finding of linguistic and cultural features of the selected material. The results of the work can be used in the field of intercultural communication.

Key words: borrowing; exoticism; travel guides; Russian language; English language; Chinese language.

В большинстве современных языков есть особые лингвистические единицы – экзотизмы, которые служат для более полного описания явлений другой культуры. Практически во всех сферах жизни можно встретить такую лексику, при этом способ её заимствования может отличаться как в разных языках, так и в одном языке.

По определению Е. В. Мариновой, экзотизм – это «слово иноязычного происхождения, обозначающее реалии чужой культуры, т.е. такую реалию, которая отсутствует (или отсутствовала) в культуре языка-реципиента» [1, с. 202]. Подобные единицы можно встретить в языках тех стран, которые ведут активную дружественную внешнюю политику по отношению к другим странам. В процессе заимствования некоторые слова могут настолько сильно ассимилироваться, что перестают восприниматься людьми как экзотизмы.

Проблемой изучения экзотизмов занимались многие лингвисты: Е. В. Маринова, Л. П. Крысин, И. С. Алексеева и т.д. Их интересовали такие вопросы, как классификация, сферы применения и способы перевода. В нашей работе мы остановились на классификационном и функциональном аспектах изучения и анализа данной лексической группы.

Для нашей работы мы выбрали классификацию лингвиста И. С. Алексеевой [2, с. 181], так как она оказалась наиболее полной и развернутой. В её книге деление экзотизмов происходит по тематическому принципу на три группы: географические, этнографические, общественно-политические реалии. Первые две группы, в свою очередь, делятся на более узкие подгруппы: внутри географических реалий выделяются термины физической географии и эндемики; внутри этнографических реалий – одежда и обувь, строения и предметы быта, национальные виды деятельности и названия деятелей, обычаи / ритуалы / игры, мифология и культы, реалии-меры и реалии-деньги.

Объектом исследования в нашей работе являются экзотизмы, функционирующие в жанре путеводитель, а предметом исследования – способы их перевода в китайском и английском языках. Сбор материала происходил из функционирующих интернет-путеводителей, посвященных России. Под путеводителем (или гидом) в научной литературе понимается «печатное, электронное или аудиовизуальное справочное издание, содержащее сведения об экономике, истории, достопримечательностях страны, региона, города, историческом месте, музее, туристическом маршруте» [3, с. 281].

Рабочая гипотеза исследования состоит в следующем: и в английском, и в китайском языках активно используются единицы, обозначающие реалии русской культуры (экзотизмы), но из-за различия в структуре и происхождении языка-источника и языков-доноров способ их перевода существенно отличается. Для подтверждения выдвинутой нами гипотезы был применен метод наблюдения за интернет-ресурсами, целью которого было изучение национально-культурных особенностей заимствований, а также возможности их распределения по тематическим группам.

В данной работе мы остановимся на анализе материалов двух путеводителей [4; 5], содержащих сведения о столице России. Тексты каждого из них представляют собой переводы оригинального текста на русском языке, что позволило нам обратиться к образцам профессионального перевода для изучения приемов и способов адаптации названий русских реалий в английском и китайском языках.

Все полученные данные были внесены в таблицы одного формата, отражающие результаты сбора материала при изучении источников на английском (фрагмент таблицы № 1) и китайском (фрагмент таблицы № 2) языках.

Фрагмент таблицы № 1.

№	Тематическая группа	Экзотизм с указанием частотности	Контекст
1.	Этнографические реалии 1.1 Еда и напитки	1) Olivier (1)	<i>The menu includes Olivier-style Russian salad, tartare of whitefish, Russian borsch, pelmeni, vareniki, etc.</i>
		2) Borsch (1)	
		3) Vareniki (1)	

Фрагмент таблицы № 2.

	Тематическая группа	Экзотизм с указанием частотности	Контекст
	Этнографические реалии 1.1 Еда и напитки	1. 饺子 [Jiǎozi] Пельмени	顾客享受面食、饺子、甜食、快餐 · 可以品尝俄餐、高加索餐、中东餐和 欧, 以俄罗斯烹调术为基础 [Gùkè

			<i>xiǎngshòu miànshí, jiǎozi, tiánshí, kuàicān, kěyǐ pīncháng é cān, gāojiāsuǒ cān, zhōngdōng cān hé ǒu cān, yǐ èluósī pēngtiáo shù wèi jīchǔ</i>].
--	--	--	--

Собранные слова-экзотизмы были распределены по тематическим группам (второй столбец таблицы). У каждого экзотизма цифрой отмечено количество вхождений в источнике, что позволяет отследить его частотность. В четвертом столбце указан контекст, который уточняет значение слова и предотвращает возникновение многозначности.

Анализ собранного материала позволяет нам прийти к следующим выводам:

1) Самой пополняемой в английском и китайском источниках оказалась такая группа экзотизмов, как «этнографические реалии». В английском языке она представлена следующими примерами: Borsch (1), Gostiny Dvor (1), Kremlin (9), Winzavod (1) и т.д.; в китайском: - 扎里亚季耶 公园 (1) «Зарядье», 奥斯坦基诺电视塔 (1) «Останкинская башня», 马涅日展厅 (1) «торгово-выставочный манеж», 索科尔尼基[会展中心] (1) «выставка Сокольники».

2) В ходе сбора материала мы убедились, что классификация, предложенная в работе И. С. Алексеевой, требует некоторых уточнений. Мы предлагаем дополнить ее посредством описания группы «антропонимы», к которой относятся имена исторических личностей и политических деятелей (Lenin – Ленин; Stalin – Сталин; 叶卡捷琳娜二世 [yèkǎjiélínnà èrshì] – Екатерина II; 斯大林 [sīdàlín] – Сталин). Также требует уточнения подгруппа «строения и предметы быта» для слов, обозначающих названия заведений, архитектурных сооружений и построек: Maly [theatre] – Малый театр, Zaryadye [Park] – Зарядье, Ostankino [Tower] – Останкинская башня и т.д.

3) Способ перевода русских реалий существенно отличается в английском и китайском языках. В английском языке преобладает использование транслитерации посредством латиницы (Borsch – борщ; Pushkin – Пушкин; Winzavod – Винзавод). В китайском же языке к этому способу прибегают гораздо реже, он осуществляется при помощи китайских иероглифов (奥斯坦基诺电视塔 [ào sītǎn jīnuò diànshì tǎ] – Останкинская башня; 杜马 [dù mǎ] – дума), более активным является дословный перевод (饺子 [jiǎozi] – пельмени; 国经成就展 [Guó jīng chéngjiù zhǎn] – ВДНХ). В первую очередь, это связано с тем, что в английском языке легче сымитировать звуковую форму русского слова. Вследствие специфики китайского языка подбор фонетических составляющих сочетается с подбором смысловых вариантов, поэтому чаще всего подобным способом переводятся имена и фамилии (普希金 [Pǔxījīn] – Пушкин; 列宁 [Lièníng] – Ленин).

Таким образом, результаты эксперимента подтвердили выдвинутую в работе гипотезу. Перспектива нашей работы связана с дальнейшим сбором материала, увеличением количества источников для более точного анализа языковой базы сравниваемых лингвокультур, а также проведением лингвистического эксперимента среди носителей русского и китайского языков.

Литература и источники

1. Алексеева, И. С. Введение в переводоведение: Учебное пособие для студентов филологов и лингвистов, факультета высших учебных заведений / И. С. Алексеева. – М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 352 с.

2. Маринова, Е. В. Иноязычные слова в русской речи конца XX – начала XXI вв.: проблемы освоения и функционирования / Е. В. Маринова. – М.: Элпис, 2008. – 496 с.

3. Розанова, Ю. Н. Путеводитель как жанр туристического дискурса: диахронический аспект / Ю. Н. Розанова. – Историческая и социальная образовательная мысль. – 2014. – Т. 6. – № 5. – С. 281-285.

4. Путеводитель «Добро пожаловать в Москву на английском языке» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.mos.ru/tourism/documents/putevoditeli-i-karty-dlya-skachivaniya/view/220865220/>. Дата обращения: 15.01.2020.

5. Путеводитель «Добро пожаловать в Москву на китайском языке» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.mos.ru/tourism/documents/putevoditeli-i-karty-dlya-skachivaniya/view/220866220/>. Дата обращения: 15.01.2020.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Денисова Э. С., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 398.33

БЫТОВЫЕ ПРИМЕТЫ В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Юрова К. А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

yurova.2003@mail.ru

Данная работа посвящена исследованию русских и китайских бытовых примет, а также установлению их места в культуре русского и китайского народов. Исследование бытовых примет в данной работе реализуется при помощи сопоставления материала в двух разных по происхождению языках. Цель работы заключается в исследовании бытовых примет в русском и китайском языках, выявлении схожести и различия их семантики и структуры. Материалом исследования являются бытовые приметы в китайском и русском языках, разделенные по ключевым лексемам: «стол», «порог», «окно», «зеркало», «соль», «нож», «ложка». В ходе данной работы были поставлены и решены такие задачи, как изучение теоретической базы бытовых примет в русской и китайской лингвокультурах; сбор и анализ бытовых примет в сравниваемых языках по ключевым словам: «стол», «порог», «окно», «зеркало», «соль», «нож», «ложка». Сопоставление русских бытовых примет с их аналогами в китайском языке. Изучение бытовых примет двух народов позволяет выявить общее и различное в сравниваемых культурах. Полученные результаты исследования могут быть использованы в сфере межкультурной коммуникации.

Ключевые слова: русский язык, китайский язык, примета, бытовая примета, ключевые лексеммы.

HOUSEHOLD SUPERSTITIONS IN RUSSIAN AND CHINESE LINGUACULTURES: COMPARATIVE ASPECT

Yurova K. A.

Kemerovo State University

This paper describes a research of Russian and Chinese household superstitions and also establishes the place in culture of these nations. The research of household superstitions is realized with comparing the material in two different origin languages in this work. The purpose of the research is to study household superstitions in Russian and Chinese languages, to identify similarities and differences in their semantics and structure. The material of studying is household superstitions in Chinese and Russian languages, the material is divided with key lexemes: “table”, “threshold”, “window”, “mirror”, “salt”, “knife”, “spoon”. In the course of this work, assignments such as: studying the theoretical base of everyday superstitions in Russian and Chinese linguistic cultures; collection and analysis of household superstitions in the compared languages with the keywords: “table”, “threshold”, “window”, “mirror”, “salt”, “knife”, “spoon”. These assignments were posed and solved. There is a comparison of Russian household superstitions with their counterparts in Chinese. The research of household superstitions of the two

nations reveals the common and different in these compared cultures. The obtained results can be used in intercultural communication.

Keywords: the Russian language, the Chinese language, a superstition, a household superstition, key lexemes.

__В современной лингвистике под приметой традиционно понимается «клишированное изречение с доминантной прогностической функцией, суть которой – предсказание будущего» [1, с. 6]. Одна из самых распространенных классификаций примет в научной литературе – тематико-идеографическая, согласно ей приметы можно распределить на 3 кластера [2, с. 32-48]:

- 1) погодные приметы;
- 2) сельскохозяйственные приметы;
- 3) бытовые приметы.

Объектом исследования в работе являются русские и китайские бытовые приметы, предметом исследования – средства и способы выражения, а также особенности функционирования бытовых примет в сравниваемых языках.

У каждого народа свои традиции и своя культура, которые откладывают отпечаток на язык, в т. ч. на его лексические ресурсы. Также на создание и функционирование бытовых примет влияет и сам уклад народа. Несмотря на то, что сегодня век передовых технологий, мы до сих пор сталкиваемся с приметами и иногда даже не можем объяснить, почему поступили именно так, а не по-другому.

Истоки появления бытовых примет корнями уходят в прошлое. Формирование любой бытовой приметы происходит на основе культуры и истории того народа, которому она принадлежит. Можно отметить, что многие приметы непосредственно связаны с жилищем человека, с его домом, поэтому все бытовые приметы можно разделить по наличию в их структуре ключевых лексем «порог», «зеркало», «окно», «нож», «ложка», «соль», «стол».

Как и для русских, для китайцев дом – священный храм, в котором людям нужно создать гармонию между домом и внешним миром. Так, «символ зеркала, как и в русской лингвокультуре, использовался китайцами для гаданий в старину. Зеркало в двух лингвокультурах помогает предотвратить беду» [3, с. 85]. В Китае существует достаточно много бытовых примет, похожих на русские по форме и содержанию. Например, это приметы, структура которых содержит лексему «зеркало»: 在屋里厢的镜子不能对床帐, 民间说法, 镜子能摄魂, 镜子会伤人元气的 «зеркало в комнате нельзя вешать напротив кровати, потому что оно может причинить вред здоровью человека», 破镜意味着破财消灾 «разбить зеркало – разбить деньги», 破镜预示即将分离 «разбитое зеркало – к расставанию» [4].

В русской лингвокультуре есть похожие приметы со словом «зеркало», данный предмет выполняет аналогичную функцию в доме, что и у китайцев. Например, в русском языке есть такие приметы, как: «зеркало разбивается – к несчастью», «если не закрыть хоть одно зеркало в доме, где лежит покойник, его душа «потянет» за собой родных» и др. [5, с. 12] и др.

Изучение китайских и русских бытовых примет выявляет, что они тесно связаны со строительством жилищ, причем как в древности, так и в наше время. Китайцы стараются построить жилища на «благоприятном» месте (если у них нет выбора места – в мегаполисах Китая), либо они стараются сделать своё жилище «благоприятным» для жизни при помощи учёта бытовых примет.

В рамках данной работы было проведён пилотный этап эксперимента в форме анкетирования. В качестве информантов выступили 36 студентов, в возрасте от 17 до 24 лет, для которых русский язык является родным. Целью эксперимента являлось выявление распространённых в России бытовых примет. Обращение к методу направленной выборки

Примета-стимул с ключевым словом	Знакома	Незнакома
1. Порог	10	26
1.1. Здраваться через порог нельзя.		
1.2. Разговаривать через порог нельзя.	15	21
1.3. Передавать деньги через порог нельзя.	28	8
2. Зеркало	29	7
2.1. Зеркало разбивается – к несчастью.		
2.2. Если не закрыть хоть одно зеркало в доме, где лежит покойник, его душа «потянет» за собой родных.	7	29
3. Окно	15	21
3.1. Воробей влетает в окно – к несчастью в доме.		
4. Нож	21	15
4. 1. Нежелательно оставлять на ночь нож на столе – говорят, это не к добру.		
5. Стол	4	32
5.1. Нельзя выкладывать на стол мелочь из карманов.		

помогло нам извлечь необходимый материал из научных работ по данной теме [1; 2; 5]. Семь из отобранных примет послужили единицами-стимулами при анкетировании.

Информантам было предложено следующее задание: «Как вы знаете, в русском языке есть приметы со словами: **«стол»**, **«нож»**, **«вилка»**, **«ложка»**, **«зеркало»**, **«соль»**, **«порог»**, **«окно»**. Отметьте галочкой те приметы, которые вы знаете (или используете) в повседневной жизни. Если у вас есть свой вариант этой же приметы, запишите его рядом». Результаты проведенного анкетирования представлены в форме таблицы № 1. В скобках указаны цифры, указывающие число человек, давших одинаковое количество ответов по предложенной для анализа примете.

Таблица № 1.

6. Нож 6.1. Нож со стола упал – придёт мужчина.	26	10
7. Ложка 7.1. Ложка со стола упала – придёт женщина.	29	7
8. Соль 8.1. Рассыпать соль - к соре.	30	6

Подводя итоги можно отметить, что наиболее частотной в графе «Свой вариант ответа» является примета «рассыпать **соль** – к ссоре» (30 человек). Также носителям русского языка известны следующие приметы: «**зеркало** разбивается – к несчастью» (29 человек), «**ложка** со стола упала – придёт женщина» (29 человек), «передавать деньги через **порог** нельзя» (28 человек), «**нож** со стола упал – придёт мужчина» (26 человек). Среди примет, структура которых содержит лексему *зеркало*, анкетированные вспомнили такую популярную версию этой приметы, как «нельзя смотреться в разбитое **зеркало** – случится несчастье» (8 человек). В качестве других ответов с ключевой лексемой «**соль**» была указана примета «пересолить – значит влюбиться» (3 человека). В приметах с ключевой лексемой «**ложка**» большинство респондентов написали такой вариант, как «**вилка** со стола упала – придёт женщина» (6 человек).

В качестве дополнительного этапа анкетирования студентам предлагалось привести собственные примеры бытовых примет с предлагаемыми ключевыми словами «порог», «зеркало», «окно», «нож», «стол», «ложка», «соль». На этом этапе анкетирования было собрано 29 примет, из них – 27 бытовых (1 группа) и 1 погодная (2 группа). В скобках указано число информантов, давших одинаковое количество ответов по предложенной для анализа примете:

(1) 1. Вернувшись домой за оставленной вещью - нужно посмотреться в зеркало (12); 2. Нельзя спать напротив зеркала, вселится злой дух (8); 3. Нельзя сидеть на углу стола незамужней девушке - не выйдет замуж (3); 4. Чёрная кошка перебежала дорогу - к несчастью (3); 5. Вернувшись домой за оставленной вещью - нужно показать язык в зеркало (2); 6. Нельзя ставить пустые бутылки на стол - плохая примета; 7. Нельзя сидеть грудью к углу стола - замуж не выйдешь; 8. Если сидишь на углу стола, то стол должен быть круглым, иначе замуж не выйдешь; 9. Нельзя ставить сумку (женскую) на стол; 10. Нельзя пить перед зеркалом – сопьёшься; 11. Если пить чай с оставленной в кружке ложкой, то не будет счастья в личной жизни; 12. В новый дом через порог нужно сначала запустить кошку; 13. Нельзя одновременно кушать вилкой и ложкой; 14. Мыть пол (прибираться дома) нужно от окна к порогу, чтобы грязь не нести в дом; 15. Шапку нельзя класть на стол - голова будет болеть; 16. Вернувшись домой за оставленной вещью - нужно поправить волосы перед зеркалом; 17. Ставить зеркало напротив кровати - к болезни; 18. Нельзя располагать зеркало в спальне; 19. Нельзя указывать (направлять) ноги в сторону собеседника - это не к добру; 20. Нельзя указывать (направлять) ноги в сторону собеседника - злые силы забирают энергию; 21. Не ставь сумку на пол - денег не будет; 22. Паук в доме - знак счастья; 23. Прыщ на носу вылез - кто-то в тебя влюбился; 24. Чешется кончик носа - к драке; 25. От сглаза нужно носить на одежде булавку; 26. Нежелательно оставлять грязную посуду на ночь; 27. Не надо носить одежду наизнанку; 28. Если предмет потерялся, то нужно поставить ноги перпендикулярно, и он найдётся.

(2) Дым столбом стоит – к морозу.

Стоит отметить, что в ответах респондентов встречались ключевые слова, не предложенные в рамках задания. К ним можно отнести номинации других предметов быта (булавка, посуда), зоолексемы (паук, кошка), части жилища человека (пол), метеонимы (дым).

Таким образом, как показал проведенный эксперимент, носители русского языка знают достаточно много бытовых примет и почти для каждой из них есть имеется свой вариант использования. Перспектива данного исследования видится в том, чтобы собрать

паремиологический материал в группе носителей китайского языка, а также провести сопоставительный анализ полученных данных с результатами, полученными от русских информантов. Для получения более точных показателей будут использованы разные виды лингвистического эксперимента.

Литература и источники

1. Вагнер, К. Р. Семантика и синтаксис народных примет с компонентом «зооним» (в зеркале английских примет): автореф. дис. канд. филол. наук: 10.02.01, 10.02.20 / К. Р. Вагнер. – Казань, 2008. – 22 с.
2. Фаттахова, Н. Н. Народные приметы: принципы классификации, структурирования и функционирования: монография / Н. Н. Фаттахова. – Казань: Печать-Сервис, 2009. – 281 с.
3. Тань Аошуан. Китайская картина мира: язык, культура, ментальность: монография / Тань Аошуан. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 240 с.
4. Нимин. Китайские приметы с ключевым словом зеркало [Электронный ресурс]. – Дата публикации: 22. 08. 2017. – Режим доступа: <https://www.d1xz.net/fsml/kyhs/art220159.aspx> (дата обращения 15.03. 2020).
5. Агапова, Н. А. Лингвокультурологический потенциал ключевого слова народной приметы: автореф. дис. канд. филол. наук: 10.02.01 / Н. А. Агапова. – Томск, 2013. – 27 с.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Денисова Э. С., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 811.111

АКТУАЛИЗАЦИЯ ИНДИВИДУАЛЬНО-АВТОРСКОЙ КАРТИНЫ МИРА В МЕДИЦИНСКОМ ХУДОЖЕСТВЕННОМ ДИСКУРСЕ

Петренко В.В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

aerisv@mail.ru

Статья посвящена исследованию явления индивидуально-авторской картины мира в медицинском художественном дискурсе. Материалом для анализа выступает роман Пола Каланити «Когда дыхание растворяется в воздухе». Общение человека с окружающим его миром неразрывно связано со спецификой бытия и относится к числу основополагающих понятий и, следовательно, к понятию картины мира. В результате работы были изучены типологии картин мира и, в частности, особенности индивидуально-авторской картины мира. Данные понятия коррелируют с междисциплинарной категорией дискурса. В настоящем исследовании было рассмотрено взаимодействие медицинского и художественного дискурсов в цельном литературном пространстве, а также проведён анализ вербально-невербальных маркеров языковой личности врача в заявленном художественном произведении.

Ключевые слова: Языковая личность, языковая картина мира, дискурсивный анализ, индивидуально-авторская картина мира, медицинский дискурс, художественный образ.

ACTUALIZATION OF THE INDIVIDUAL-AUTHOR'S PICTURE OF THE WORLD IN MEDICAL ARTISTIC DISCOURSE

Petrenko V.V.

Kemerovo State University

aerisv@mail.ru

The article deals with the study of the individual author's picture of the world in medical artistic discourse. The research gives a detailed analysis of Paul Kalanithi's novel "When Breath Becomes Air". Being one of the fundamental concepts, the communication of a person with the world is inextricably linked with the specifics of existence, and, therefore, with the concept of the picture of the world. Much attention is given to typologies of the pictures of the world and, in particular, the features of the individual-author's picture of the world. These concepts relate to the interdisciplinary category of discourse. The paper touches upon the issues of medical and artistic discourses in the literary work. Attention is drawn to the verbal and non-verbal markers of the doctor's language personality in the studied literary work.

Key words: language personality, language picture of the world, artistic discourse analysis, individual-author's picture of the world, medical discourse, artistic image.

Настоящее исследование посвящено изучению индивидуально-авторской картины мира в медицинском художественном дискурсе на материале романа Пола Каланити «Когда дыхание растворяется в воздухе» (*P. Kalanithi «When Breath Becomes Air»*) [1].

Реальность, в которой живёт человек, с помощью мышления модифицируется в уникальную систему образов, которые, в свою очередь, представляются как картина мира. Последняя выступает в качестве изображения мироздания – она описывает устройство

мира, его основы, движущую силу, взаимодействие пространства и времени, отношения между определёнными объектами, а также самого человека и его место в рамках этой большой и многокомпонентной системы. Термин «картина мира» введен австрийским учёным Л. Витгенштейном. С точки зрения философии, картина мира олицетворяет мировоззрение человека и специфику человеческого бытия. Общее понятие термина «картина мира» дополняется многоплановостью научных подходов и предполагает разные понятия картины мира: «научная картина мира», «религиозная картина мира», «естественно-научная картина мира», «художественная картина мира», «языковая картина мира» и т.д. [2, с. 157].

Учёные толкуют термин «картина мира» по-разному. Так, например, В.С. Жидков представляет её как «сложно структурированную целостность, включающую три главных компонента: мировоззрение, мировосприятие и мироощущение» [3, с. 128]. Исследователь считает, что все три составляющие картины мира связаны друг с другом уникальным образом для рассматриваемых эпохи и этноса. П.С. Гуревич представляет картину мира как «сетку координат» – с её помощью человек чувствует окружающую его реальность и может отыскать свои исключительные представления о мире [4, с. 215].

Одна из наиболее интересных трактовок, среди прочих, также выделяет индивидуальную картину мира, которая основывается на самобытности художника; любые другие существующие картины мира влияют на содержание и форму индивидуальной. Отсюда следует, что образование картины мира конкретного человека зависит от ряда факторов: гендерной и возрастной принадлежности, этноса, профессии, языка, психологических характеристик, увлечений и интересов. Нередко картины мира могут пересекаться, перенимать друг у друга характерные особенности, а также объединяться. Наглядным примером такого комплексного феномена является индивидуально-авторская картина мира.

Мироустройство понимается каждым языком по-своему и выражается в так называемой языковой картине мира. Значение разных слов и выражений языка образуют единство представлений о мире, которые складываются в цельную систему взглядов. Таким образом, человек, употребляя те или иные слова, на интуитивном уровне воспроизводит заключённый в их семантике взгляд на мир. Лексика и фразеология выступают в качестве основного материала для исследования языковой картины мира. Наиболее продуктивными элементами её формирования выступают образные и метафоричные слова, фразеологизмы, коннотативные и лингвоспецифичные слова, мифологемы и др. Следовательно, языковая картина мира напрямую зависит от выбранного автором способа её формирования.

Картина мира, как правило, исследуется в корреляции с категорией «дискурс», который также не имеет однозначной трактовки. Это связано с тем, что данное понятие является междисциплинарным. Если вести речь о художественной литературе, то здесь магистральным типом является художественный дискурс. Он имеет свои уникальные черты: коммуникация между автором и читателем носит особый, опосредованный характер. Важными составляющими художественного дискурса являются культурные идеи и воззрения той или иной эпохи. А многообразие текста создаётся при участии вариативных мировоззренческих составляющих: от религии и идеологии до жанровых особенностей произведения.

Художественный дискурс также входит в группу междисциплинарных и активно пересекается с другими видами дискурса. В связи со спецификой изучаемого художественного произведения рассмотрим особенности медицинского дискурса в его взаимодействии с лингвистикой. Следует отметить, что медицинский дискурс – важная компонента коммуникации между людьми. В нем используются определённые языковые средства, экстралингвистические элементы и модели речевого поведения, которые присущи профессиональной коммуникации. Лингвистика изучает медицинский дискурс на базе двух основных подходов: 1) функционально-коммуникативный подход или «язык для специальных целей», профессиональная речь [5, с. 238]; 2) исследования медицинского дискурса как институционального [6, с. 28].

Среди главных параметров медицинского дискурса можно выделить: 1) преимущественное использование профессиональной медицинской лексики – терминов; 2) стремление к коммуникации, направленной на малосведущего в данной сфере человека – использование вариантов-замен, сравнений, метафор для более точной интерпретации предмета беседы.

Языковой резерв каждого врача должен состоять из определенного набора коммуникативных компетенций. В процессе работы необходимо преодолевать социально-статусное неравенство общения, сокращать дистанцию между пациентом и врачом, уметь интерпретировать невербальные сигналы, которые выражают эмоциональное самочувствие больного. Коммуникация между пациентом и врачом рассматривается в лингвистике с разных сторон. Исследуются структура и функционал медицинского языка, изучаются участники общения и их особенности. Вместе с тем, исследователями рассматривается жанровая специфика дискурса, функции и характеристики речевых актов, а также формы изложения.

Таким образом, в настоящем исследовании особое внимание уделяется изучению индивидуально-авторской картины мира, анализ которой осуществляется на основе детального рассмотрения авторских концептов и символов, а также художественных приёмов, которые помогают более детально представить образ главного героя романа Пола Каланити. Это талантливый нейрохирург и автор, который за свою короткую жизнь успел написать всего одну книгу – автобиографический роман «*When Breath Becomes Air*». В нем воплощены четыре главных концепта в жизни автора, однако в данном фрагменте рассмотрению подлежит лишь один из них: корреляция двух контрастных в медицине ролей – врача и пациента.

Одним из переломных моментов в жизни врача Каланити стала болезнь, а вместе с ней пришло осознание, что привычные роли в жизни стремительно меняются: он находился всё в тех же предлагаемых обстоятельствах – в стенах уже очень знакомой ему больницы; однако теперь он числился в списке пациентов. Ср.: «*I wasn't in the radiology suite, wearing my scrubs and white coat*» – первая смена ролей эксплицитно выражается в конфронтации **символов**, определяющих врача и больного: хирургическая форма и халат пациента. В ходе медицинского осмотра, получив достаточно чёткие подозрения на рак, Каланити сам назначает себе необходимые обследования: «*How about we get flexion-extension X-rays, then – may be the more realistic diagnosis here is isthmus spondylolisthesis?*» – в своей речи герой часто употребляет **профессиональную терминологию**. Семантическое поле «*Medicine*» содержит множество профессиональных понятий, диагнозов и названий лекарств.

Герой профессионально владеет двумя глоссариями – врача и пациента, так как магистральной задачей специалиста является организация продуктивной коммуникации с больным: «*The call to protect life – and not merely life but another's identity; it is perhaps not too much to say in the another's soul – was obvious in its sacredness*» – автор использует **единицу с высокой эмотивной нагрузкой**, чтобы определить значительность эффективного взаимодействия пациента и врача.

Как только диагноз был официально подтверждён, на авансцену выходит острый конфликт между доктором Каланити и пациентом Каланити: «*Why was I so authoritative in the surgeon's coat but so meek in the patient's gown?*» – используя **антитезу** и **усилительное наречие so**, автор демонстрирует, насколько в действительности огромна пропасть между пациентом и врачом. Людям свойственно думать, что беда не зайдёт к ним в дом – даже врачам бывает свойствен самообман. Однако Полу пришлось иметь дело с двумя конфликтующими реальностями.

Всем своим существом доктор не был намерен сдаваться. Пол продолжал свою врачебную практику. После очередной операции у Каланити невыносимо заболела спина, из-за чего ему пришлось прилечь на скамейку в коридоре. В этом состоянии Пола застал охранник: – *Sir, you can't lie down here. – I'm sorry, – I said, gasping out of the words. – Bad... back... spasms. – You still can't lie down here. – I'm sorry, but I am dying from cancer.*

Этот отрывок – интересный пример **конвергенции** в тексте. Здесь практически каждое слово имеет вес. Пол столкнулся с тем, что окружающий мир не всегда готов понять и принять смертельный недуг. Герой использует **фразовый глагол** с эмотивной окраской, описывая своё физическое состояние. Пунктуация создаёт ритмический эффект прерывистого дыхания и пульсации мышечных спазмов. С помощью **графического** стилистического средства – финальная реплика диалога выделена курсивом, – автор акцентирует внимание на главной проблеме героя: он умирает от рака. Здесь и сейчас. Ещё одним эксплицитным приёмом в диалоге является **оксюморонное сочетание двух коллокаций**: вежливая, но трафаретная фраза «*I'm sorry*» и выразительная реплика «*I am dying*» – автор не случайно использует **Present Continuous** – выбор этого времени заостряет внимание читателя: боль и страдания Пола живут в режиме реального времени, в настоящий момент речи.

Автор нередко прибегает к приёму **персонификации**: «*Death, so familiar to me in my work, was now paying a personal visit*» – данное средство помогает наделить смерть качествами живого существа и показать, что на этот раз власть обрели вышестоящие силы, и никто не может им противостоять – даже сильнейший врач-профессионал.

«*My family engaged in the flurry of activity to transform my life from that of a doctor to that of a patient*» – автор неоднократно использует **антитезу**, чтобы акцентировать шокирующие изменения в своей жизни. Кроме того, **параллелизм** конструкции «*that of smb*» в данном примере усиливает конфронтацию двух ролей главного героя.

Пол пытается жить прежней жизнью, но сердце подсказывает, что это самообман. «*But the truth was, it was joyless. The visceral pleasure I'd once found in operating was gone, replaced by an iron focus on overcoming the nausea, the pain, the fatigue*» – в этом потоке мыслей отмечен ряд **эпитетов**, служащих для сопоставления двух ощущений: когда-то Пол получал искреннее наслаждение от своей работы, но теперь он живёт другой жизнью, в которой нет места врачебной практике – её вытеснила борьба с его собственной болезнью. **Однородные дополнения с определёнными артиклями в сильной позиции предложения** помогают автору акцентировать то, что в данный момент определяет жизнь Пола – тошнота, боль, усталость.

«*For the past few months, I had been using cancer as an excuse not to take full responsibility for my patients. On the other hand, it was a good excuse, damn it*» – труднейшая борьба дала Полу понять, что быть пациентом и врачом одновременно невозможно. Эта грубая правда жизни болью отзывалась в его сердце. Посредством использования в речи элементов **сниженного регистра** автор символично признаёт, что даже такой мастеровитый доктор, как он, ошибся – и болезнь всё-таки побеждает.

Пол достойно прошёл свой путь до конца, ни на секунду не забывая своё истинное призвание, несмотря на то что новая жизнь родившейся дочери расширила ряд противопоставленных ролей: врача и пациента, мужа и отца... Однако Пол решил для себя, что разбираться в списке ролей не нужно: он смог сохранить в себе и применить в жизни качества профессионального врача, заботливого мужа, доброго отца и храброго борца со смертью. И в этих персонажах жизни невозможно найти лидирующего.

Индивидуально-авторская картина мира Пола Каланити отражает уникальную реальность, в которой жил и развивался герой, а также демонстрирует основные концепты природы персонажа и его связи с миром. Автор-герой романа, встретившись с изъянами и неточностями собственной жизненной философии, смог обогатить свою картину миру и открыться новым для него сторонам человеческого бытия: любви, поиску смысла жизни, религиозным воззрениям. Всем участникам литературной коммуникации – герою, автору и читателям – удалось прикоснуться ко всем граням концептуальных метаморфоз: уже существующие философские идеи по ходу развития сюжета дополнялись новыми метафизическими реалиями.

В процессе анализа были рассмотрены наиболее продуктивные изобразительно-выразительные способы портретизации автора-героя: антитеза, метафора, сравнение,

персонификация, аллюзия, олицетворение, образ-символ и др. Таким образом, читательское восприятие индивидуально-авторской картины мира во многом детерминировано тем репертуаром лингвостилистических средств, которые автор выбирает для её формирования и актуализации в дискурсе.

Литература и источники

1. Kalanithi P. When breath becomes air / P. Kalanithi. – London: Vintage, 2017. – 256 p.
2. Витгенштейн, Л. Философские работы / Л. Витгенштейн. – Ч. 1. – М.: Гнозис, 1994.– 452.
3. Жидков, В.С. Искусство и картина мира / В. С. Жидков, К. Б. Соколов. – СПб.: Алетейя, 2003. – 464 с.
4. Гуревич, П. С. Философия культуры / П. С. Гуревич. – М.: Аспект-пресс, 1994. – 314 с.
5. Кочеткова, Т. В. Языковая личность носителя элитарной речевой культуры: дис. д-ра филол. наук. 10.02.01 / Татьяна Васильевна Кочеткова. – Саратов, 1999. – 534 с.
6. Карасик, В. И. Структура институционального дискурса / В. И. Карасик // Проблемы речевой коммуникации. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2000. – С. 25 – 33.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Омеличкина С. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81

СРЕДСТВА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КАТЕГОРИИ ЭМОТИВНОСТИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ СПОРТИВНОМ ДИСКУРСЕ

Предигер Т.В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

tatiana.prediger@yandex.ru

Статья посвящена актуальной на сегодняшний день проблеме выявления и функционирования средств репрезентации категории эмотивности в англоязычном спортивном дискурсе. Основное содержание исследования составляет рассмотрение различных подходов к трактованию эмотивности в лингвистике, исследуются существующие средства выражения эмотивности в текстах и их реализация в спортивном дискурсе. В качестве материалов для исследования представлены англоязычные спортивные аналитические статьи и комментарии, а также видеозаписи спортивных репортажей на английском языке. В результате выявлено, что эмотивность как особая лингвистическая категория и компонент лексического значения слова в спортивном дискурсе, является одним из наиболее интересных объектов языковедческого рассмотрения и требует дальнейшего анализа и исследования.

Ключевые слова: спортивный дискурс, эмотивность, оценочность, спортивная терминология, эмотивная лексика.

MEANS OF REPRESENTING THE CATEGORY OF EMOTIVITY IN ENGLISH-LANGUAGE SPORTS DISCOURSE

Prediger T.V.

Kemerovo State University

The article is devoted to the current problem of identifying and functioning means of representing the category of emotivity in the English-language sports discourse. The main content of the research is the consideration of various approaches to the interpretation of emotivity in linguistics, the existing means of expressing emotivity in texts and their implementation in sports

discourse. The research materials include English-language sports analytical articles and commentaries, as well as video recordings of sports reports in English. As a result, it is revealed that emotivity as a special linguistic category and component of the lexical meaning of a word in sports discourse is one of the most interesting objects of linguistic consideration and requires further analysis and research.

Key words: sports discourse, emotivity, evaluation, sports terminology, emotive vocabulary.

На данный момент спорт представляет собой популярное и неоднозначное социальное явление, занимающее принципиально важное место в жизни современного общества. Спортивные игры являются одним из самых зрелищных и легких для восприятия видов профессиональной спортивной деятельности. Из-за отсутствия возможности предсказать результат и высокой вероятности возникновения конфликтов спортивные игры вызывают разнообразные эмоции и способствуют формированию у зрителей сильных и ярких впечатлений.

Современный спортивный дискурс нацелен не только на информирование о состоявшихся событиях спортивного характера, но и на предложение комментария и анализа, что подразумевает выражение точки зрения а втора, его эмоции и от ношение.

В механизмах реализации задач спортивного дискурса используются оценочность и эмотивность. Современные лингвистические исследования предлагают множество подходов к определению категории эмотивности. Так, В.И.Шаховский в своих работах представляет эмотивность не только как « прагматико-психолого-речевую категорию», но и как « лингвистическое выражение эмоций», «имманентно присущее языку семантическое свойство выражать системой своих средств эмоциональность как факт психики, отраженные в семантике языковых единиц социальные и индивидуальные эмоции» [1]. В свою очередь, Г.Н.Ленько трактует эмотивность как языковое выражение эмоциональности при помощи различных средств языка [2].

Как показывают результаты исследования, спортивный дискурс характеризуется большим количеством языковых единиц лексико-семантического уровня, а также сложной системой стилистической организации языковых единиц. Так, например, в спортивном репортаже можно обнаружить свойства, специфичные для спонтанной устной неофициальной разговорной речи. Для данных текстов также характерен «спортивный жаргон» (лексика и фразеология метафоричного плана), а также ненормативная лексика и фразеологизмы.

Одним из основных средств выражения категории эмотивности является эмотивная лексика. Согласно классификации, предложенной Л. Г. Бабенко, эмотивная лексика делится на эмотивы-номинативы, эмотивы-ассоциативы, эмотивы-экспрессивы [3].

Эмотивы-номинативы – слова с исходными эмотивными смыслами. Это лексика эмоций, которая включает в себя слова, в структуру предметно-логического значения которых входит эмоциональный компонент. Лексика эмоций не является эмотивной, она логико-предметная. Эмотия в данном случае обозначает не чувство, а представление о чувстве. Эмоциональное отношение к предмету речи выражается семантикой эмотива- номинатива. Эмотивная сема в структуре лексического значения является яркой, коммуникативно значимой, что фиксируется в словарях. Эмотивы-номинативы представлены в спортивном дискурсе именем прилагательным (пр. *bad, awful, favourite, horrific, lovely, interesting, happy, ironic, hilarious, unhappy, boring, poor, monotonous, pitiful, embarrassing*), именем существительным (пр. *legend, hope, sympathy, pity, surprise, interest, love, trust, envy, star, icon, giant, fool, disrepute*), наречием (пр. *dramatically, definitely, frankly, hopefully, sadly, excellently, undoubtedly, unfortunately, desperately*) и глаголом (пр. *be ashamed of, be interested, hate, be excited, get bored, weep, be surprised, be frustrated, cry*) [2, с. 14-19].

В этой связи рассмотрим следующий пример: *Nothing stirs them up more than a trip from Salford to **enemy** territory in Liverpool; That is a **bad** tackle; It was **awful. Horrific, horrific** tackle from Rojo; **Ironic** jeers from the Manchester United fans* [4]. Представленный текст

является отрывком из спортивного репортажа от 4 декабря 2016 года между футбольными клубами Английской футбольной премьер лиги Манчестер Юнайтед и Эвертон. Анализируя речь комментатора, можно встретить употребление большого числа эмотивов-номинативов, посредством которых репортер описывает действия, происходящие на поле (*enemy, bad, horrific*) и трибунах (*ironic*), а также личное отношение к происходящему (*awful*).

Следующей категорией лексики, используемой для выражения оценки, является группа эмотивов-ассоциативов.

Эмотивы-ассоциативы – слова с включенными смыслами. Это эмотивная лексика, предметно-логическое значение которой не указывает на эмоции и чувства, а сема эмотивности скрыта. Как правило, эмотивный оттенок значения можно определить при помощи компонентного анализа или при сравнении слова с его синонимами. Эмоциональный оттенок высказывания достигается при помощи реакций, ассоциацией отрицательного или положительного характера в процессе коммуникации в определенном контексте. М. Я. Блох и Н. А. Резникова относят к эмотивам-ассоциативам имя существительное [5, с. 15].

Проанализируем следующий пример: *The Toffees break through Yannick Bolasie but he runs down dead-end street* [4]. Во время трансляции футбольного матча между английскими клубами Манчестер Юнайтед и Эвертон, репортер использовал эмотив-ассоциатив (*The Toffees*) при описании игроков клуба Эвертон. Фанатам и многим любителям футбола известно, что клуб Эвертон был создан недалеко от кондитерской фабрики «Эншиент», которая производила одноименные конфеты. Позднее, для привлечения болельщиков на матчи клуба, было принято решение о том, чтобы бесплатно раздавать эти конфеты в течение матча. Таким образом, за клубом закрепилось прозвище «Ириски» или в переводе на английский язык «The Toffees». В англоязычных текстах также можно встретить такие эмотивы-ассоциативы, как *clowns* и *giants*.

Помимо рассмотренных категорий эмотивов-номинативов и эмотивов-ассоциативов, в спортивных репортажах можно встретить следующую категорию лексики – эмотивы-экспрессивы.

Эмотивы-экспрессивы – слова с сопутствующими смыслами. Это эмотивная лексика, особенностью которой является двусторонняя направленность процесса номинации: вовнутрь (самовыражение говорящего) и в окружающий мир (его эмоциональная оценка). Они выражают эмоциональное отношение говорящего к объекту высказывания [3, с. 14-19].

Анализ репортажа футбольного матча между футбольными клубами Эвертон и Манчестер Юнайтед показал наличие в речи комментатора следующих эмотивов-экспрессивов: *Manchester United have settled down after that feisty Everton opening; He scythes down Zlatan Ibrahimovic with a filthy ankle-high challenge; That is not lenient refereeing, that is an absolute injustice; Both teams a bit ponderous on the ball for my liking* [4].

Посредством глагола *scythe* автору удается передать отношение к отдельно взятому игроку (Zlatan Ibrahimovich), а при помощи таких имен прилагательных как *feisty* и *ponderous* репортер описывает свое отношение к игрокам команд в целом. Более того, репортер не оставляет без внимания действия арбитра на поле. При помощи прилагательного *lenient* комментатору удалось передать оценку действий рефери во время игрового момента.

Междометия также являются средствами выражения эмотивности. Они являются неотъемлемой составляющей эмоционально окрашенной разговорной речи, делая ее более экспрессивной и живой. Тематически междометия можно разделить на следующие группы: междометия, которые выражают эмоции – печаль, радость, восторг, боль и другие эмоции: *hahaha, wow, yeee haaa, ohh lala, aahahah*; междометия, которые представляют различные вскрики, выкрики, побуждения: *oh yeah, oh yes*; междометия, выполняющие функцию звукоподражания и заполнения пауз: *hmmm*.

Чаще всего междометия выполняют эмотивно-экспрессивную функцию, тем самым помогают репортерам изменить коммуникативный тип комментатора. Так, в репортаже матча футбольных клубов Манчестер Юнайтед и Эвертон комментатор прибегает к использованию междометий, тем самым трансформируясь из репортера в рядового болельщика: *Ouch! Seamus Coleman gets into a wrestling match with Zlatan Ibrahimovic near the Everton bye line, winning the battle to run the ball clear* [6].

Таким образом следует отметить, что эмотивный фон высказывания в английском спортивном дискурсе создается при помощи употребления эмотивной лексики (эмоти-выноминативы, эмотивы-ассоциативы, эмотивы-экспрессивы) и междометий.

Литература и источники

1. Шаховский В. И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка. – Воронеж: Издательство Воронежского государственного университета, 1987. – 192 с.

2. Ленько Г. Н. Анализ категории эмотивности и смежных с нею понятий – Санкт-Петербург: Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина, 2015. – 84-91 с.

3. Бабенко Л. Г. Русская эмотивная лексика как функциональная система. – Свердловск: автореферат диссертации докт. филол. наук, 1990. – 31 с.

4. Everton 1-1 Man Utd: Hosts grab late draw [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bbc.com/sport/live/football/37678053>.

5. Блох М. Я., Резникова Н. А. Средства эмоционального воздействия политических выступлений. – Томск: Вестник Томского государственного педагогического университета №9, 2006. – С. 14–19.

6. Manchester United vs Everton [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=cC18Y--L-7w>.

Everton 1-1 Manchester United: Premier League – as it happened [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/football/live/2016/dec/04/everton-v-manchester-united-premier-league-live>.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Омеличкина С. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81'42

ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ ГЕРОЯ-БОРЦА В КИНОДИСКУРСЕ (на материале сериала «Сверхъестественное»)

Сабельникова Д.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
Sabelnik11@mail.ru

Настоящее исследование посвящено языковой личности одного из главных героев современного американского кинодискурса - Дина Винчестера. В работе языковая личность рассматривается как сложная многоаспектная структура, требующая разностороннего анализа и исследования, в первую очередь, с точки зрения лингвокультурологии. Рассматриваются такие категории, как «герой-борец» и «кинодискурс». Составлен речевой портрет персонажа Дина Винчестера посредством анализа его дискурса на различных языковых уровнях, а также его невербальные характеристики. Это позволяет сделать выводы относительно психотипа исследуемой языковой личности.

Ключевые слова. Языковая личность, структура языковой личности, кинодискурс, речевой портрет, герой-борец, речевой анализ.

THE LANGUAGE PERSONALITY OF THE CHARACTER-FIGHTER

IN FILM DISCOURSE (based on the series “Supernatural”)

Sabelnikova D.A.

Kemerovo State University

The paper discusses the language personality of one of the main characters of the modern American film discourse - Dean Winchester. In this work, a language personality is understood as a complex multidimensional structure, requiring a comprehensive analysis and research from the viewpoint of linguoculturology. The research highlights such categories as «character-fighter» and «film discourse». A speech portrait of the language personality of Dean Winchester is composed by analyzing his speech at different language levels as well as his non-verbal characteristics. All this allows to make some conclusions about the psychological type of the film personage under study.

Keywords. Language personality, the structure of the language personality, film discourse, speech portrait, character-fighter, speech analysis.

Появление понятия «языковая личность» и его вхождение в научный обиход началось с исследований советского лингвиста В.В. Виноградова в 30-х гг. XX века, предложившего «набросок» аспекта рассмотрения литературного героя как языковой личности [4]. Позже его идеи были подхвачены и разработаны М.М. Бахтиным [1, с.145-146], упоминавшим в своих работах о самостоятельной ценности сознания персонажа. Ученый выделил три основных момента: 1) речь персонажа в произведении не просто передается, а «художественно изображается», 2) говорящий человек в романе – существенно социальный человек, 3) говорящий человек в романе – всегда в той или иной степени идеолог, а его слово всегда идеологема, связанная с особой точкой зрения на мир.

Многие исследователи, занимающиеся изучением языковой личности, трактуют указанный термин по-своему. Так, Г. И. Богин определяет данную категорию как «человека, рассматриваемого с точки зрения его готовности производить речевые поступки, создавать и принимать произведения речи» [2]. Ю. Н. Караулов толкует этот термин как «совокупность способностей и характеристик человека, обуславливающих создание и восприятие им речевых произведений (текстов), которые различаются степенью структурно-языковой сложности, глубиной и точностью отражения действительности и определенной целевой направленностью». Лингвист описывает структуру языковой личности, выделяя 3 языковых уровня: 1) Вербально-семантический (нулевой), где основными единицами выступают слова. По мнению ученого, проявление личности на данном уровне невозможно. 2) Когнитивный, где основные единицы – понятия, идеи и концепты, выраженные при помощи слов нулевого уровня. 3) Прагматический – высший уровень в структуре языковой личности, потому что именно на основе целей, мотивов и установок создается текст, позволяющий проводить речевой анализ [6, с. 56].

В работе исследуется языковая личность Дина Винчестера из сериала «Сверхъестественное». Данный сериал рассказывает историю двух братьев Сэма и Дина Винчестеров, которые путешествуют по США на черной Chevrolet Impala 1967 года и расследуют паранормальные явления, многие из которых основаны на городских легендах и фольклоре, а также сражаются с порождениями зла, такими как призраки, демоны, вервульфы, левиафаны и другие. В каждом новом сезоне братья сталкиваются с более сильными противниками, а в финальном сезоне им придется противостоять самому Богу.

Так как лейт-мотивом сюжета является линия борьбы - с самим собой, с неблагоприятными обстоятельствами, со злом - значительный интерес представляет исследование образа героя-борца. Термин «герой» в данном случае трактуется как «персонаж», однако это не исключает проявления им настоящих бойцовских качеств и даже героических поступков. Общество нуждалось в героях на протяжении всей истории человеческого существования, их восхваляли, воспевали в песнях и повестях. Данное понятие закрепилось во многих культурах, поэтому стало своего рода архетипом. Большой

толковый словарь [3] дает несколько определений номинациям: «герой» - 1) Человек, совершивший подвиг, проявивший личное мужество, самоотверженность, готовность к самопожертвованию;... 4) Главное действующее лицо литературного произведения; «борец»: 1) Тот, кто участвует в борьбе; 2) Тот, кто борется за что-л. или против чего-л.; синоним - «воин». Опираясь на данные дефиниции, определим содержание феномена героя-борца: главное действующее лицо произведения (в настоящем исследовании - сериала), обладающее смелостью, сообразительностью, готовностью к самопожертвованию, имеющий свою систему ценностей; тот, кто борется за свободу, честь и жизнь против зла (воплощением зла может стать любое явление или персонаж). При анализе языковой личности Дина Винчестера акцент делается на ценностную составляющую героя и его речевую характеристику.

Исследуемый персонаж является героем сериала, для которого типичны основные жанрообразующие черты кинодискурса. Последний тесно коррелирует с понятием «кинотекст», что требует их разграничения. Самыми ранними исследованиями кино занимался Ю. М. Лотман, который полагал, что кинотекст может рассматриваться и как дискретный текст, составленный из знаков, и как недискретный, в котором значение приписывается непосредственно тексту [8, с. 135 - 137]. Ю. Г. Цивьян трактует кинотекст как «дискретную последовательность непрерывных участков текста» [Там же]. Наиболее исчерпывающее определение, как представляется, дано Г. Г. Слышкиным и М. А. Ефремовой: «Кинотекст» - постановочный кинофильм, состоящий из образов, движущихся и статических, речи, устной и письменной, шумов и музыки, особым образом организованных и находящихся в неразрывном единстве» [9, с. 22]. Со временем предмет лингвистики кинотекста расширился, и экстралингвистические факторы, которые рассматриваются в кинодискурсе, вышли на первый план. Эти факторы учитывает А. Н. Зарецкая и дает свое определение: «Кинодискурс» - сложное явление, включающее в себя связный текст, являющийся вербальным компонентом фильма в совокупности с невербальными компонентами – аудиовизуальным рядом и другими значимыми для смысловой завершенности фильма невербальными факторами [5, с. 70]. Основываясь на вышеперечисленном, можно сделать вывод, что кинодискурс намного шире кинотекста, так как «кинотекст» - лишь одна из составляющих «кинодискурса».

Поуровневый анализ речи Дина Винчестера показал, что особенностей на фонетическом уровне у персонажа нет – его речь четкая и понятная, без звуковой контаминации. Лишь один раз он нарочно произнес слово ‘кролик’ как «кволик» («*Wabbit*») для выражения особо теплых чувств. На лексико-семантическом уровне речь Дина пестрит своеобразными высказываниями и некоторыми словами, которые придумал он сам. «*Jefferson Starships, huh because they're horrible and hard to kill*». Герой всегда старается шутить: «Звездолёты Джефферсона» - так он называет новый гибрид монстров, который создала Ева - с клыками вампиров, острыми шипами Рэйфов, которые могут менять облик и обращать людей, как вервильфы. Дин воспользовался моментом и высказал свое предположение. Шутливое название впоследствии так и закрепилось за монстрами. В процессе исследования отмечен целый ряд слов и выражений, демонстрирующих выразительность речи персонажа, ср.: «*Normal apple-pie life isn't for us, Sam*», «*Driver picks up the music, shotgun shuts his cakehole*», «*No chick-flick moments*», «*Whoa, easy, tiger*». Речь Дина проста, ибо должного образования герой так и не получил, будучи вынужденным переезжать с отцом и братом из одного города в другой. Отсюда наличие разного рода просторечных оборотов, крепких словечек, тяготение к «упрощению» слов, ср.: *kinda*, *'cause, fellas, see ya, gotta* (амер. разг.). Суммируя сказанное, речевые особенности языковой личности Дина на лексико-семантическом уровне можно систематизировать следующим образом:

1. Слова-маркёры. Слово, которое прочно ассоциируется со старшим братом Винчестером, – *Awesome*, которое в разных озвучках переводится как «очешуеть» или же «чудненько», причем употребляется оно с разной интонацией, будь то одобрение или

презрение, и независимо от того, произошло ли нечто хорошее или очень плохое. Это слово выражает спектр эмоций Дина.

2. Слова-паразиты. Сюда можно отнести так называемый *idiotic sound* “uh”, который довольно часто мелькает между словами в высказываниях героя: «*Bobby, that’s, uh, great, ‘cept Sam, uh... Sam has lost it*».

3. Шутки-прибаутки. Юмор – неотъемлемая черта дискурса Дина Винчестера, героя-борца. Это именно то, что спасает его в самых трудных ситуациях. Герой острит всегда и везде: с полицией, так как они не знают сути преступлений, ср: Dean (с легкой усмешкой): «*Well, that is exactly the kind of crack police work I’d expect out of you guys*»// «Ну, ничего больше от таких асов, как вы, я и не ожидал»); с монстрами, чем очень сильно их раздражает. «*Bite me!*» - нахально кидает Дин любому монстру, угрожающему ему. Добавлять эпичности любому событию - любимое развлечение Дина: «*I’m amazing. I’m Batman*» //«Я неподражаем. Я бэтмэн» с гордым видом и самодовольной улыбкой говорит Дин, только что обезвредив преступника, попав ему в голову простым пультом от телевизора.

4. Афористичность также характерна для такого необычного персонажа, как Дин. Приведем одно из его ярких высказываний: «*The world’s a suicide case. We save it, it just steals more pills*»// «Мир – суецидник. Мы спасем его, а он снова наглотается таблеток» - высказывание демонстрирует явную усталость персонажа от того, что приходится спасать мир так часто. Но герой остается борцом, и в следующих сериях мы видим Дина за его обычной работой – охотой на нечисть и защитой мира.

5. Профессионализмы. Поскольку Дин - охотник и другой жизни не знает, его речь изобилует всевозможными профессионализмами, среди которых можно выделить ряд лексико-семантических групп: наименования монстров (*wendigo, witch, leviathan, ghost, vampire, werewolf, shtriga, helldogs, etc.*), наименования оружия (*revolver, shotgun, salt, blade, machete, holy water, etc.*), а также другие слова, связанные с данным ремеслом (*father’s journal, family business, exorcism, pentagram, possession, etc.*).

6. Уменьшительно-ласкательные единицы. Данная группа суффиксальных образований немногочисленна, но номинирует самые важные объекты в жизни героя, которыми он очень дорожит: *Sammy* – младшего брата, *baby* – горячо любимую машину, *daddy* – обращение к отцу, когда Дин был еще ребенком.

На синтаксическом уровне частотна модель повтора единиц с различной интонацией (вопрос-восклицание): «*Sam? Sam!*» Таким образом герой привлекает внимание в экстренных ситуациях (нападение монстров, ранение брата, ранение самого Дина и т.д.). Примечательна также манера Дина «забрасывать» собеседника вопросами, ср.: «*So what is it? Spirit? Demon?*», «*What are you saying? If you don’t want to kill him, then what?*». В большинстве случаев это более двух или трех вопросов сразу. Дин словно пытается узнать как можно больше информации, ведь для охотника это одна из самых важных вещей. Высокой частотностью обладает прием синтаксического/ лексического повтора: **Dean**- «*Dude, what the hell?*». **Sam** – «*I don’t know*». **D-** «*No, seriously, what the hell*». **S-** «*I don’t know!*» **D-** «*One theory. Any theory*». **S-** «*Uh, the Trickster trapped us in TV Land*». **D-** «*That’s your theory. That’s stupid*»; «*What? No, no. No, no, no, no, no, no, of course not*». Помимо этого, отличительной речевой характеристикой героя является тяготение к парцелляции, когда он говорит, «чеканя» слова: ср. эпизод, в котором Дин зовет Сэма на поиски отца, но тот отказывается, ссылаясь на предстоящее собеседование. На что герой отвечает: «*Monday. Right. The interview*» со слегка насмешливой интонацией, что имплицитно его недоверие «да-да, конечно, собеседование, вот придумал».

Темп речи героя ускоряется в экстренных ситуациях или когда персонаж сообщает нечто очень важное. Аналогичным образом варьируется и **громкость** голоса – Дин повышает его, зачастую срываясь на крик, когда его накрывает волна эмоций или когда он не в силах сдерживать гнев, допрашивая очередное существо из преисподней.

Представленный фрагмент исследования позволяет сделать вывод, что Дин Винчестер по характеру **холерик** – экстраверт, вспыльчивый, иногда необузданный и нетерпеливый. Он обладает богатой мимикой и жестами, которые всегда ярко и четко демонстрируют его настроение. Стремления Дина стабильны, он настойчив и смело отвечает на вызовы. Однако в нем также просматриваются некоторые черты **сангвиника**: если занятие интересное, он посвящает ему всего себя, если нет – ему быстро становится скучно, и он находит разного рода предлоги, чтобы уклониться от него. На этот случай у главного героя, как правило, есть подмога в лице другого персонажа кинодискурса – его брата Сэма, которого не тяготит рутинная работа (например, поиск нужной информации в старинных книгах заклинаний), и он с готовностью помогает Дину.

Литература и источники

1. Бахтин М. М. Вопросы литературы и эстетики [Текст]: Исследования разных лет/ Бахтин М. М. - М.: Художественная литература, 1975. – 505 с.
2. Богин Г.И. Модель языковой личности в ее отношении к разновидностям текстов [Текст]: Автореферат/ Богин Г.И. - Л., 1984. – 354 с.
3. Большой толковый словарь русского языка. Первое издание [Электронный ресурс]/ под ред. С. А. Кузнецова. - СПб.: Норинт, 1998. URL: <http://gramota.ru>
4. Виноградов В. В. О художественной прозе [Текст]: Избранные труды/ Виноградов В. В. - М.; Л: Наука, 1930. – 193 с.
5. Зарецкая А. Н. Особенности реализации подтекста в кинодискурсе [Текст]: Диссертация/ канд. филол. наук. Зарецкая А. Н. - Челябинск, 2010.
6. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность [Текст]: Учебное пособие/ Караулов Ю. Н. – М.: Издательство ЛКИ, 2010. – 264 с.
7. Речевая характеристика. Как разнообразить речь персонажа [Электронный ресурс] / Ю.Набокова, 2013 URL: <http://www.sochinitell.ru/node/4613>
8. Самкова М. А. Кинотекст и кинодискурс: к проблеме разграничения понятий [Электронный ресурс]/ Самкова М. А. // Филологические науки. Вопросы теории и практики. - 2011. - №1(8). URL: <https://www.gramota.net/materials/2/2011/1/36.html>
9. Слышкин Г. Г., Ефремова М. А. Кинотекст: опыт лингвокультурологического анализа [Текст]: Монография/ Слышкин Г. Г., Ефремова М. А. - М.: Водолей Publishers, 2004. – 153 с.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Омеличкина С.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК: 811.161:81.42

ВАРИАТИВНОСТЬ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ ПИСАТЕЛЯ В РАЗНЫХ ТИПАХ ДИСКУРСА (НА МАТЕРИАЛЕ ТЕКСТОВ Д. ХАРМСА И Н. ЗАБОЛОЦКОГО)

Степанова А. И.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

dey.dobryi@yandex.ru

Содержание данной статьи посвящено изучению одной из проблем языковой личности, а именно - вопросу о её многовариантности, выявлению и описанию параметров, от которых она зависит. Несмотря на то, что феномен языковой личности за последние сорок лет изучен достаточно подробно и глубоко, само понятие предстаёт как набор статичных, заранее обусловленных и неизменных характеристик, заложенных в языковую личность изначально. Гипотеза, выдвигаемая в данной работе, состоит в том, что языковая личность

имеет различную репрезентацию в различных типах дискурсов и речевых жанрах. Делается вывод о том, что дискурс непосредственно влияет на языковую репрезентацию языковой личности. В качестве объектов исследования были выбраны полидискурсные языковые личности писателей, а именно – языковая личность Д. Хармса и Н. Заболоцкого. Выбор писателей в качестве объекта исследования обусловлен тем, что языковая личность писателя наиболее склонна к речевому творчеству, постоянно пополняет свой лексикон, из-за чего более лабильна к различным социальным запросам, обусловленным различными типами дискурсов. Результаты исследования подтверждают гипотезу, выдвинутую в данной статье.

Ключевые слова: языковая личность, вариативность, дискурс, вариативная языковая личность, полидискурсная языковая личность, элитарная языковая личность.

VARIABILITY OF THE LANGUAGE PERSONALITY OF THE WRITER IN DIFFERENT TYPES OF DISCOURSE (ON THE MATERIAL OF TEXTS D. HARMS AND N. ZABOLOTSKY)

Stepanova A.I.

Kemerovo State University

The content of this article is devoted to the study of one of the problems of a linguistic personality, namely the question of its multivariance, the identification and description of the parameters on which it depends. Despite the fact that the phenomenon of a linguistic personality has been studied in sufficient detail and deeply over the past forty years, the concept itself appears as a set of static, predetermined and unchanging characteristics laid down in a linguistic personality from the beginning. The hypothesis put forward in this paper is that the linguistic personality has a different representation in various types of discourses and speech genres. It is concluded that discourse directly affects the linguistic representation of a linguistic personality. Polydiscourse linguistic personalities of writers were chosen as objects of research, namely, the linguistic personality of D. Harms and N. Zabolotsky. The choice of writers as an object of study is due to the fact that the linguistic personality of the writer is most prone to speech creativity, constantly replenishes his vocabulary, which is why it is more labile to various social needs due to various types of discourses. The results of the study confirm the hypothesis put forward in this article.

Key words: language personality, variability, discourse, variable language personality, multidiscourse language personality, elite language personality.

Данная работа посвящена изучению вариативности языковой личности и влиянию на её языковую репрезентацию различных жанров и типов дискурсов. Несмотря на то, что феномен языковой личности на данный момент достаточно подробно изучен, в абсолютном большинстве исследований языковая личность представляется некой устойчивой совокупностью черт, являющихся порою почти что врождёнными или заведомо обусловленными. Такие положения мы можем найти в работах А. В. Пузырева [1], С. Г. Воркачева [2] и других исследователей.

Гипотеза данной работы состоит в том, что языковая личность по-разному проявляет себя в различных типах дискурса. Следствием подтверждения гипотезы является следующее утверждение – дискурс влияет на языковые проявления языковой личности, создаёт их вариативность, свойства, создающие неповторимую способность художника и повторяющиеся в разных типах дискурса.

Данное исследование является актуальным, поскольку, во-первых, в науке вопрос о цельности и многовариантности языковой личности не решен, а, во-вторых, актуальность работы обуславливается её антропоцентрической направленностью, в центре которой в данный момент развития лингвистики находится языковая личность, имеющая своё воплощение в различных типах дискурса.

Теоретическая значимость работы представляется в пополнении теоретической базы лингвистического анализа языковой личности, введением в анализ оппозиции дискурсивного аспекта. Практическая значимость работы состоит в том, что систему языковых показателей, выявленную в данной работе, можно будет использовать для дальнейших лингвистических исследований в области лингвоперсонологии и лингвистической идентификационной экспертизы, включая параметры полидискурсивности в портретировании языковой личности.

В качестве **объекта** исследования были выбраны полидискурсивные языковые личности писателей, а именно – языковая личность Д. Хармса и Н. Заболоцкого. Поскольку языковая личность писателя, представляя собой элитарную языковую личность, наиболее склонна к языковой вариативности, постоянно обогащая свой языковой репертуар и приспосабливаясь к социальным запросам, идущим от разных дискурсов. **Предметом** исследования являются проявления языковой личности писателя в различных типах дискурса (в качестве анализа был взят поэтический и публицистический дискурс).

В качестве **материала** исследования были выбраны текстовые единицы (стихи, записки, письма, дневниковые записи), написанные Даниилом Хармсом и Николаем Заболоцким. Большая часть материалов, взятых для анализа, была написана Хармсом с 1925 по 1937 год. Особое внимание акцентируется на материале, написанном с 1927 по 1930 год, так как в эти года языковое выражение писателя наиболее открыто и свободно, что обусловлено его принадлежностью к авангардному объединению «ОБЭРИУ» в этот временной промежуток. Основные материалы, созданные Николаем Заболоцким, относятся к промежутку с 1936 по 1944 год. Значительная часть писем была взята из сборника «100 писем», написанных в период с 1938 по 1944 год из тюрьмы и лагерей. Письма адресованы жене поэта – Екатерине Васильевне Клыковой – и детям.

Цель исследования – выявление и описание закономерностей языковой репрезентации творческого сознания Даниила Хармса и Николая Заболоцкого в разных жанрах письменной речи. В соответствии с целью в работе решаются следующие **задачи**:

1. изучить теоретический материал по языковой личности, дискурсу, по проблеме и гипотезе влияния дискурса на языковую личность, рассматриваемые ранее в современной лингвистике;
2. описать текстовые особенности языковых проявлений Даниила Хармса и Николая Заболоцкого, выявленные в результате анализа материалов исследования в различных типах дискурса;
3. изучить средства репрезентации творческого языкового сознания;
4. выявить систему языковых показателей творческого языкового сознания в различных типах дискурса.

Основные методы исследования:

- эмпирические – наблюдение, параметризация, классификация, сравнение, научное описание;
- теоретические – анализ и синтез.

В современной лингвистике проблема вариативности языковой личности не решена, так как научных работ, посвящённой этой теме, практически нет. Существуют лишь отдельные намёки на раскрытие этой темы. Так, тема о взаимосвязанности различных типах дискурса и различной языковой репрезентации языковой личности затрагивается в работе И. В. Башковой, в которой лингвистка, исследуя языковую личность Астафьева, приходит к выводу о том, что его эпистолярная репрезентация расходится с языковыми проявлениями в других дискурсивных типах [3]. А Горина Е. В., исследуя журналистский интернет-дискурс, приходит к следующему выводу – интернет-дискурс, накладывая на журналиста определённые ограничения, меняет его языковую личности в отличии от газетного дискурса [4].

Таким образом, в различных языковых жанрах и дискурсивных типах языковая личность предстаёт в различных идиостилях и вариантах. Результаты исследования вносят

определенный вклад в решение проблемы, исследование имеет интерес с точки зрения лингвистической науки, так как закрывает научный пробел в данном направлении и способно пополнить теоретическую и практическую базу анализа языковой личности.

Литература и источники

1. Пузырев А. В. Общество, язык, текст и языковая личность в аспекте субстратного подхода к языку // Общество, язык, личность. – М., 1996 Вып. 1. – 21 с.
2. Воркачев С.Г. Этносемантика паремии: сопоставительный анализ метафоризированных показателей безразличия в русском и испанском языках // Языковая личность: культурные концепты. Волгоград; Архангельск, 1996 – 17 с.
3. Башкова И. В. Творческая языковая личность и вариативность русской языковой картины мира // Вестник ТГПУ 2015. № 4 (157) — 113 с.
4. Горина Е. В. Журналистский дискурс в Интернете: профессиональная языковая личность в виртуальном пространстве // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. 2017. № 22-2. УрФУ, 2017. – 26 с.

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Голев Н. Д., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81

ШКОЛЬНЫЙ ЧАТ КАК НОВЫЙ ФОРМАТ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ДИСКУРСА

Торопова С. В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
tsv@gkl-kemerovo.ru

Современная школа выходит в пространство социальных сетей, формируя актуальную область проблемных лингвистических исследований: взаимопроникновение и взаимовлияние институционального образовательного дискурса и интернет-дискурса в диалоге субъектов образования, осуществляемое посредством информационно-коммуникационных технологий (сайтов, мессенджеров, социальных сетей). Ее формирование напрямую связано с изменениями в системе образования. Согласно Федеральному государственному образовательному стандарту обучающиеся и их родители (законные представители) являются субъектами образования наряду с работниками образовательных организаций, что существенно меняет правила взаимодействия и поведения, закрепленные в социальных ролях, и систему ожидания, связанную с ними. Проблему разграничения институционального образовательного дискурса и интернет-дискурса данное исследование рассматривает на основе анализа школьного чата, функционирующего в образовательной организации г. Кемерово. Целью исследовательской работы является определение специфики школьного чата как нового формата образовательного дискурса. В работе описаны особенности инструмента создания школьного чата в социальной сети «В контакте», коммуникативные цели и задачи, особенности коммуникации в чате с точки зрения институционального образовательного дискурса.

Ключевые слова: интернет-коммуникация, образовательный дискурс, школьный чат.

THE SCHOOL STUDENTS' CHAT AS A NEW FORMAT OF EDUCATIONAL DISCOURSE

Toropova S. V.

The modern school enters the area of social networks, and the process forms the actual field of linguistic research: the interpenetration and mutual influence of institutional educational discourse and Internet discourse manifesting in the education subjects' dialogue, carried out through information and communication technologies (sites, instant messengers, social networks). The formation of this linguistic field is directly related to changes in the education system. According to the Federal State Educational Standard, students and their parents (legal representatives) are considered subjects of education along with employees of educational organizations, which significantly changes the rules of interaction and behavior dictated by social roles and the system of expectations associated with them. The research investigates the problem of distinguishing between institutional educational discourse and Internet discourse on the basis of an analysis of the school students' chat used in an educational organization in Kemerovo. The goal is to determine the specifics of school chat as a new format of educational discourse. The research describes the features of the school chat creation tool in the VKontakte social network, the communicative intentions and objectives, the features of chat communication from the point of view of institutional educational discourse.

Key words: Internet communication, educational discourse, school students' chat.

В современном обществе с каждым днем возрастает роль интернет-коммуникации. Социальные сети становятся неотъемлемой частью жизни государственных учреждений, в том числе образовательных организаций. Налаживается новый тип диалога между субъектами образования, в связи с чем формируется актуальная область проблемных лингвистических исследований: взаимопроникновение и взаимовлияние институционального образовательного дискурса и интернет-дискурса в рамках особенностей диалогового общения субъектов образования, выстроенного с использованием новейших информационно-коммуникационных технологий, предлагаемых социальными сетями.

Образовательный дискурс относится к институциональным формам общения и имеет следующие признаки: институциональность, личностно-ориентированное содержание, статусно-ролевые отношения обучающего и обучающегося, создание условий для становления целостного человека как цель общения, в профессиональной области – формирование ключевых компетентностей участников образовательного процесса, в общественной жизни – полноценная социализация личности в обществе; в личной сфере – становление самооценной личности [1; 8]. Хронотоп образовательного дискурса – это учебное заведение (школа, колледж, университет, учебная аудитория, класс) и специально отведенное время для общения (урок, лекция, экзамен). Агентами образовательного дискурса являются педагоги, клиентами – ученики и их родители. Стратегии образовательного дискурса определяются его основной целью – социализацией человека – и сводятся к коммуникативным интенциям, которые конкретизируют основную цель дискурса. Коммуникативная стратегия взаимодействия учитель-ученик определяется учителем, управляющим процессом познавательной деятельности, регулирующим взаимоотношения между учащимися, создающим атмосферу доброжелательного и активного речевого общения [2; 9]. Это стратегия партнерства, кооперации. Вся деятельность учителя, включая его коммуникативные действия, носит воспитательный характер.

Таким образом, образовательный дискурс – это объективно существующая система, функционирующая в образовательной среде, и проектирование данной системы для участников может стать сознательно организуемым и управляемым процессом перехода от внешне заданного, институционального образовательного дискурса, представляемого

учителю в виде стандартов, программ, методик и др., к индивидуальному (субъектному) уровню, учитывающему значимые характеристики субъектов образования.

В связи с вступлением в силу нового Закона об образовании Российской Федерации [3] разработана концепция ФГОС [4], согласно которой субъектами образовательной деятельности являются не только работники организаций, осуществляющих образовательную деятельность, но и обучающиеся, их родители (законные представители), что меняет подход к методике преподавания и образованию в целом, следовательно, и установленный порядок правил и моделей поведения, закрепленных в социальных ролях, и систему ожиданий, связанную с ними. Отношения между субъектами регламентируются нормами права, этикетными нормами и образовательными целями, причем эффективность образовательных отношений достигается во многом эффективной коммуникацией между субъектами. Компьютерно-опосредованная коммуникация играет здесь не последнюю роль: сайты образовательных организаций и страницы в социальных сетях, педагогические блоги, электронная почта и электронный журнал, личные страницы и блоги, ведущиеся педагогами, обучающимися и их родителями (законными представителями), общение в чатах и мессенджерах – все это является частью современного образования и позволяет поставить проблему разграничения образовательного институционального дискурса и Интернет-дискурса на основе анализа такой формы компьютерно-опосредованной коммуникации, как школьный чат. Под **школьным чатом** понимается компьютерно-опосредованный полилог между педагогом и обучающимися как представителями социального института, с одной стороны, и как пользователей социальной сети, с другой. Целью настоящего исследования является определение специфики школьного чата как нового формата образовательного дискурса. В качестве фактологического материала используется школьный чат 10Б класса МБНОУ «ГКЛ» г. Кемерово, сформированный в социальной сети «В контакте», где состоит наибольшее число обучающихся. Чат создан с помощью инструмента под названием «беседа», который в режиме реального времени позволяет формировать полилог, включающий трех и более пользователей. Начать «беседу» может только один пользователь, присоединиться к чату можно по приглашению уже состоящего в ней пользователя. Подключение пользователя полилогу сопровождается автоматическим программным уведомлением. Состоящий в чате пользователь может инициировать общение, привлекая различный вербальный и невербальный контент, отвечать на реплики других пользователей, в том числе адресно, а также прерывать общение путем игнорирования реплик других участников или же выхода из чата. Главной особенностью чата-беседы «В контакте» является возможность отложить диалог на неопределенный срок, что недопустимо в других чатах [5, 201].

Коммуникативная цель, лежащая в основе школьного чата, задана педагогом, соответствует основной цели образовательного дискурса и полностью подчиняет его целям и задачам образовательного процесса. Общение в таком чате, как инструмент психологической и технологической оптимизации учебной деятельности и отношений между педагогом и обучающимся, является подготовленным, спланированным, управляется педагогом и подлежит рефлексии. Обучающийся вступает в коммуникацию как субъект обучения, развития, познавательной деятельности, социализации, и, в отличие от педагога, только осваивает необходимые навыки организации своей учебной деятельности: целеполагание, планирование, саморегуляцию, рефлекссию и др.

В контексте институционального дискурса школьный чат выполняет ряд функций: 1) перформативную, так как является дополнительным инструментом в образовательном процессе, благодаря которому решаются педагогические задачи по обучению, развитию и социализации личности в интернет-пространстве; 2) нормативную, так как устанавливает нормы и правила взаимодействия при компьютерно-опосредованной коммуникации, основанные на юридических и этических нормах поведения в обществе; 3) презентационную, так как создает положительный имидж современного педагога, включенного в коммуникацию на правах пользователя социальной сети.

Парольная функция, напротив, утрачивает влияние, поскольку пространство социальных сетей противоречит созданию институциональных границ между пользователями, что будет рассмотрено при анализе школьного чата как потенциально новой жанровой формы интернет-дискурса. Ориентация в целях и формах общения, в распределении социальных и коммуникативных ролей дает возможность предвидеть ход коммуникации, правильно ее планировать, адекватно реагировать на коммуникативные действия партнеров и, в итоге, достигать намеченных целей. Появление школьного чата во многом определено характером мышления и дискурсивного поведения языковой личности, так как жанровая организация речи играет важную роль в процессах социального взаимодействия: она поддерживает социальную ориентацию коммуникантов, без которой успешность их действий едва ли была возможной.

Литература и источники

1. Карасик В.И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. научн. тр. – Волгоград: Перемена, 2000. – С. 5–20.
2. Антонова Н.А. Педагогический дискурс: речевое поведение учителя на уроке: Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. – Саратов, 2007. – 25 с.
3. Закон об образовании Российской Федерации [электронный ресурс] / Режим доступа - http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/
4. ФГОС ООО [Электронный ресурс] / Режим доступа - <https://fgos.ru/>.
5. Рабенко, Т. Г. Жанры естественной письменной русской речи в вариантологическом аспекте: Дис. ... д-ра филол. наук / Т. Г. Рабенко. – Кемерово, 2018. – 356 с.

Научный руководитель: д-р филол. наук, проф. Рабенко Т.Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81'276.6:34

ЛИНГВО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АМЕРИАНСКОГО ЮРИДИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Франк Р.Т.

МБНОУ «Городской классический лицей»

Frank_rt@gkl-kemerovo.ru

Настоящее исследование посвящено изучению особенностей англоязычного юридического дискурса. Эмпирическую базу работы составили материалы процессов Верховного Суда США и учебное пособие *West's Business Law*. В результате исследования была осуществлена классификация лексико-семантического корпуса по критерию тематической таксономии. Единицы были распределены по следующим категориям: participants, legal actions, types of law violations, types of sanctions, concepts, processes, procedures, forms/documents, special terms. Также проведен анализ юридического академического и судебного дискурса на разных языковых уровнях: морфологическом, семантическом, лексическом, фразеологическом, грамматическом и синтаксическом. Его целью было выявление специфики лингво-прагматических средств актуализации юридического дискурса. Таким образом, юридический дискурс был охарактеризован как многокомпонентная тематическая область языка, использующая различные средства для достижения его базовой концептуальной цели – отправления правосудия и обеспечения справедливости.

Ключевые слова: юридический дискурс, язык права, вербальные средства, лексико-семантический корпус единиц, поуровневый лингвистический анализ.

LINGUO-PRAMATIC ASPECTS OF AMERICAN LEGAL DISCOURSE

The paper presents the study of American legal discourse features. The empirical base of the research is the materials of the *US Supreme Court cases* and the textbook *West's Business Law*. As a result of the research, a classification of lexical and semantic units on the criteria of thematic taxonomy was carried out. The identified corpus of units was organized within the following groups: participants, legal actions, types of law violations, types of sanctions, concepts, processes, procedures, forms/ documents, special terms. Also, a level-by-level analysis of legal academic and judicial discourse resulted in outlining a set of specific linguo-pragmatic means of legal discourse actualization on morphological, semantic, lexical, phraseological, grammatical and syntactical levels. In conclusion, the legal discourse is described as a complex thematic sphere of the language that uses various means to manifest its basic conceptual goal – administration of justice and ensurance of fairness.

Key words: legal discourse, language of law, verbal means, corpus of lexical and semantic units, linguistic level-by-level analysis.

Рассмотрение основных направлений дискурсивных исследований в юридической сфере позволяет сделать некоторые выводы относительно особенностей структуры данного типа дискурса в правовой системе США.

Изучение такого явления, как «дискурс» представляется актуальным ввиду возросшего интереса к данной категории не только в лингвистике, но и на междисциплинарном уровне. Определение данного термина остается неоднозначным, однако мнения исследователей, приведенные в нашей работе (Т. А. ван Дейка, В.И. Карасика, Э. Бенвениста, Г.А. Орлова и других), сходятся на том, что дискурс – это живая речь. Для него характерны «динамическое восприятие и анализ», в то время как близкая ему категория текста рассматривается в лингвистике как «статическая структура» [1, с. 14-15]. В.И. Карасиком дискурс подразделяется на *персональный* (лично-ориентированный) и *институциональный*.

Юридический дискурс является языком права и правовых отношений и относится ко второму типу дискурсов, так как его системообразующим признаком является статусная, представительская функция человека [2]. Юридический дискурс формулирует, легитимизирует, регулирует и контролирует общественные связи с позиции закона [3, с. 131] и поэтому напрямую связан с такой отраслью науки, как юриспруденция.

Как и любой институциональный дискурс, он имеет *ценностную ориентацию, цель, базовый концепт*. Конкретная *коммуникативная ситуация* происходит в определенной *локации и формате* (монолог, диалог или полилог). Общение участников коммуникации осуществляется в рамках определенной *стратегии*. Современная юридическая деятельность весьма разнообразна, поэтому каждая из вышеперечисленных составляющих определяется сферой деятельности конкретного специалиста.

Характерными чертами американского права являются параллелизм в действиях правовых систем федерации и штатов, верховенство Конституции, главенствующее положение судебной практики, гибкость в вопросах применения прецедента, различие английской и американской терминологии и, наконец, особое положение Верховного Суда [4, с. 257-276].

Для юридического текста характерно использование определенного репертуара *вербальных средств*, содержащихся на морфологическом, лексико-семантическом, грамматико-синтаксическом языковых уровнях.

Эмпирическую базу работы составили материалы процессов Верховного Суда США и учебное пособие *West's Business Law* общим объемом около 100 страниц.

На первом этапе практического исследования была осуществлена выборка и последующая систематизация корпуса лексико-семантических единиц по критерию тематической таксономии:

Participants: judge, plaintiff, defendant, etc;

Legal actions

accomplished by government (judicial and legislature systems): to enact, to regulate, to pass an act, etc;

accomplished by legal or natural person: to sale/to purchase, to lease/ to tenant, etc;

Types of law violations: fraud, felony, misdemeanor, etc;

Types of sanctions: injunction, fine, probation, etc;

Concepts: law, legal environment, morality, etc;

Processes: decision-making, initiation of lawsuit, specific performance, etc;

Procedures: judgment, investigation, pleadings, etc;

Forms/ documents: petition, complaint, contract, etc;

Special terms: circumstances of the case, precedent, equitable maximum, etc.

17. Второй этап исследования заключался в проведении поуровневого анализа юридического академического и судебного дискурса, что позволило выявить определенную специфику лингво-прагматических средств его актуализации:

1. на морфологическом уровне:

Выборка показала, что в юридическом дискурсе преобладают **одноосновные** лексемы (*culpability, allow*). Вместе с тем, отмечены также и сложные, **двухосновные** единицы (*long-standing, English-speaking*): на 100 страницах было выявлено порядка 70 словоупотреблений.

Наиболее распространенным суффиксом для **существительных** является *-tion* (встречается 181 раз) и *-ment* (82 раза), что обусловлено французским происхождением данных аффиксов: большинство английских юридических терминов были заимствованы из латыни посредством французского языка. Среди префиксов выделяются морфемы *dis-* (32 раза) и *un-* (18 раз), что объясняется частотностью употребления лексем *disagreement* и *disagree, unreasonable, unconstitutional*.

Для **прилагательных** характерны такие аффиксы, как *-al* (68 раз), *-ing* (43 раза) *-able/ -ible* (27 раз), *-ical* (16 раз). Наиболее распространенными приставками для единиц данной части речи являются *in-* (35 раз), *un-* (7 раз). Преобладание конкретных аффиксов и префиксов обуславливается их особым значением (например, аффикс *-ical* указывает на причинно-следственную связь – явление, лежащее в основе юриспруденции) или частотностью употребления определенных слов (например, *innocent* - один из базовых терминов-концептов юриспруденции).

Глаголы в изучаемом корпусе единиц чаще всего наделены суффиксами, имеющими значение «подвергать действию», актуальное для данного типа дискурса. К ним относятся морфемы *-ate*, (56 употреблений), *-ise/-ize* (24 раза), а также *-ify/-efy* (18 раз). Данной части речи присущи приставки *under-* (13 раз, вследствие частотного употребления лексем *undertake, undergo*), *re-* (6 раз, например: *redefine, rewrite*).

Наречия в большинстве случаев оформлены суффиксом *-ly* (78 раз, превалируют такие лексемы, как *absolutely, actually, differently*). Встречаются и другие суффиксы, например *-ily* (3 раза), *-wise* (2 раза). Среди представителей данной части речи суффикс *-ly* является наиболее распространенным во всех подтипах юридического дискурса. Что касается префиксов наречий, в нашей выборке встречаются позиции *out-* (2 раза) и *ir-* (1 раз).

2. на семантическом уровне:

Юридический метаязык включает целый ряд номинаций, образованных посредством внутрисловной деривации. К ним относятся **метонимия**, ср.: *In the 1930s, to protect employees against some of the adverse effects of the employment-at-will doctrine, Congress enacted several laws regulating the wages and working hour of employees.* Здесь под Конгрессом подразумеваются заседавшие на тот момент сенаторы, которые и приняли

данный закон. Метонимия играет роль обезличивающего элемента, превращающего конкретных людей (сенаторов) в абстрактное понятие. Как представляется, это связано с концептом самого правосудия, принятым в юриспруденции и предполагающим, что справедливость достигается не волей конкретного лица или даже группы лиц, но всей системой.

Другим механизмом внутрисловной деривации является **метафора**, ср.: *Accountants and other professionals face liability under the common law for any breach of contract*. В данном отрезке существительное *breach*, имеющее значение «нарушение, разламывание», отражает специфику процесса расторжения контракта: некий диссонанс, надлом в отношениях.

3. на лексическом уровне:

Среди специальных терминов встречаются **моносеманты** (*legal, vicious*), **полисеманты** (*remedy, court*) и **омонимы** (*impression*).

Отмечено, что некоторым **антонимичным** понятиям присущи контрадикторные отношения, представляющие собой своеобразные клише: *guilty / innocent* (при существующей альтернативе *guiltless*). В юридическом дискурсе **синонимы-дублиеты** обязаны своим существованием двукратному заимствованию одного и того же корня. Ср.: *guarantee/warranty*.

4. на фразеологическом уровне:

Анализ устойчивых словосочетаний (*phraseological nominations*) в рамках концепции, предложенной С. Фидлер [5], показал, что в юридическом дискурсе преобладают терминологические сочетания, где стрержневым словом выступает существительное (*noun phrases*), ср.: *decision-making process, money damages; и clauses*, например, *turn one's self, run afoul of*. Отсутствие таких категорий, как *proverbs, winged words, routine formulae* объясняется высокой степенью формальности, клишированности, присущих юридическому дискурсу.

5. на грамматическом уровне:

В юридическом дискурсе **степени сравнения прилагательных** представлены в основном положительной, то есть начальной формой. Нетипичность сравнительной и превосходной степеней (на 100 страниц выборки было выявлено всего 6 употреблений) может быть обусловлена преобладанием в данном типе дискурса относительного разряда прилагательных (например, *criminal, constitutional*).

Типичным для юридического дискурса является **пассивный залог**: в нашей выборке идентифицировано 190 пассивных конструкций. Наиболее частотными глаголами в составе данной модели являются лексемы *based, called, obligated, referred, followed*.

Предложения по преимуществу строятся в **грамматическом времени** Present Simple, однако отмечены также формы Present Perfect Continuous (когда речь идет о традициях) и Past Simple (в случае обращения к прецеденту на судебном заседании).

Коммуникативные тактики разрешения, запрета, побуждения и предостережения, типичные для юридического дискурса, выражаются императивами, функцию которых обычно выполняют **модальные глаголы**.

6. на синтаксическом уровне:

Для юридического дискурса не является характерным разнообразие синтаксических моделей. Вместе с тем, отмечается достаточно частотное использование **сослагательного наклонения** (для академического юридического дискурса – *Conditional I*, для судебного дискурса – (*mixed*) *Conditionals, Conditional 0, Conditional I, Conditional II*).

Уточняющие и пояснительные конструкции в юридическом тексте выделяются скобками или пунктуационно, что приводит к появлению дополнительных синтаксических и семантических связей, т.е. существенному усложнению **структуры предложения**. Ср.: *Kansas rewrites history in two ways, first by elevating the wild beast test, one that was never used in this country and only rarely in England, and secondly by conflating common law intent, which required a vicious will and was bound up in moral capacity, with what it applies today, a morality-free modern mens rea*.

Дальнейшее исследование очерченной в работе проблематики видится в возможности рассмотрения коммуникативных особенностей устного юридического дискурса в таких жанровых форматах, как судебные слушания, допрос обвиняемого / свидетелей, заседание присяжных, диалог адвоката и обвиняемого и др.

Литература и источники

10. Орлов, Г.А. Современная английская речь [Текст]: Учебное пособие/ Г.А.Орлов. - М.: Высшая школа, 1991. - 240с.
11. Карасик, В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс [Текст]: монография / В.И. Карасик. - Волгоград: Перемена, 2002. - 477с.
12. Кожемякин, Е. А. Юридический дискурс как культурный феномен: структура и смыслообразование [Электронный ресурс] / Е.А.Кожемякин // Юрислингвистика. – 2011. - №1(11). – С. 131-145. URL: <http://konference.siberia-expert.com/publ/>.
13. Саидов, А.Х. Сравнительное правоведение (основные правовые системы современности) [Текст]: Учебник / Под ред. В.А. Туманова. – М.: Юристъ, 2003. - 448 с.
14. Fiedler, S. English Phraseology [Текст]: учебное пособие / S.Fiedler. - Tübingen: Gunter Narr Verlag, 2007. – 198 с.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Омеличкина С. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81.342

ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ КОММУНИКАТИВНОЙ СИТУАЦИИ НА ФОНЕТИЧЕСКУЮ ИНТЕРФЕРЕНЦИЮ В АНГЛИЙСКОЙ РЕЧИ РОССИЯН

Шанорт А. А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

fiesta_9@mail.ru

В статье рассматривается влияние коммуникативной ситуации на степень проявления фонетической интерференции в английской речи русского билингва (на примере выступлений корреспондента телеканала Russia Today Алексея Ярошевского). С помощью метода контент-анализа оценивается эмоциональное состояние билингва, контекст общения и число случаев отклонения от фонетических норм английского языка в речи журналиста. В дальнейшем этот фактор будет учтен при разработке методики преподавания ситуативного общения на иностранном языке.

Ключевые слова: билингвизм, фонетическая интерференция, коммуникативная ситуация, фонетические ошибки

INFLUENCE OF FACTORS OF A COMMUNICATIVE SITUATION ON PHONETIC INTERFERENCE IN THE ENGLISH SPEECH OF RUSSIANS

Shaport A.A.

Kemerovo State University

The article studies the impact of the communicative situation on the degree of manifestation of phonetic interference in the English language of Russian bilingual (on the example of speeches by correspondent of Russia Today television channel Alexei Yaroshevsky). Using the method of content analysis, the emotional state of the bilingual, the context of communication, and the number of cases of deviation from the phonetic norms of the English language in a journalist's speech are evaluated. In the future, this factor will be taken into account when developing a methodology for teaching situational communication in a foreign language.

Keywords: bilingualism, phonetic interference, communicative situation, communication environment, phonetic mistakes.

Настоящее исследование посвящено изучению влияния коммуникативной ситуации на уровень фонетической интерференции в английской речи россиян. Материалом для исследования стали публичные выступления корреспондента телеканала Russia Today Алексея Ярошевского.

При создании настоящей работы мы изучили труды известных лингвистов об интерференции: У. Вайнрайха, В. Ю. Розенцвейга, Е.М. Верещагина, А. В. Баракта, О.А. Крапивникова и др. Они изучили интерференцию с разных аспектов: ее основные черты, виды, механизмы возникновения, способы проявления и разработали основные концепции.

Мы исследовали понимание межъязыковой интерференции разных авторов. У. Вайнрайх описал явление интерференции как случаи отклонения от норм каждого языка, происходящие в речи билингов в результате их знакомства с более чем одним языком [1, с.22]. В.Ю. Розенцвейг уточнил описание последнего, заметив, что отклонения происходят в сторону уподобления языков [2, с.28]. Е.М. Верещагин в своих трудах предлагает называть интерференцией лишь те случаи взаимодействия языков, которые не оказывают влияния на языковую систему в целом [3, с.103-110].

В ходе исследования подходов к интерпретации явления мы вывели рабочее определение «межъязыковой интерференции» как взаимного влияния двух и более языковых систем в сторону их уподобления, основанное на их сходстве и различии, стихийно проявляющееся в речи билинга или мультилинга на разных уровнях (лексическом, грамматическом, фонетическом и проч.).

Отклонение в произношении мешает языковому общению, также, как и неграмотное письмо. Акцент отвлекает слушающего от смысла, заставляет его обращать внимание на внешнюю, звуковую, сторону речи, и тем самым мешает пониманию» [4, с.18].

В нашем исследовании мы выдвинули следующую гипотезу: коммуникативная ситуация влияет на уровень проявления фонетической интерференции в речи билинга.

Для решения этой задачи мы разработали алгоритм контент-анализа эмпирического материала, где оценивали эмоциональное состояние собеседников, речевую активность, настроение, характер общения и другие факторы. Для исследования выбрали два публичных выступления корреспондента телеканала Russia Today Алексея Ярошевского: репортаж «Radiation Homecoming: RT in Chernobyl Exclusion Zone» и интервью в студии «Fail Stream Media with Alexey Yaroshevsky». Они различаются условиями коммуникативной среды, в которой находится билингв. За единицу анализа мы приняли количество случаев отклонения от нормативного произношения за 1 минуту непрерывной речи.

Таблица 1. Контент-анализ коммуникативной ситуации в публичных выступлениях Алексея Ярошевского

Категория анализа	Признак анализа	Единица анализа	
		Интервью в студии	Репортаж
Коммуникативная ситуация	1. Эмоциональное состояние собеседников.		
	1.1 осознаваемые компоненты состояния:		
	- речевая активность	1	1
	- настроение	2	3
	- самочувствие	3	2
	1.2 выразительнее компоненты состояния:		
	- взгляд	1	1
	- мимика	1	1
- жесты;	2	1	

	- темп	1	2
	- разборчивость речи	1	1
	- интонация	2	1
	- громкость речи	1	1
	2. Контекст общения:		
	- степень обусловленности	формальное	формальное
	- характер общения	деловое общение публичное выступление	публичное выступление
	- количество участников	от 2 до 10 неопределенный круг людей	неопределенный круг людей
	- наличие обратной связи	1	0
	Итого влияющих факторов:	16	14
Фонетические ошибки	Фонематические ошибки (единиц в 1 минуту)		
	- отличные согласные фонемы английского языка (оглушение конечных согласных, отсутствие аспирации, неправильная артикуляция звуков и др.)	2	2 (фонема /h/ встречается 3 раза в одной позиции)
	- отличные гласные фонемы (несоблюдение долготы гласных, замена английских гласных русскими)	7	3
	- дифтонги, трфтонги и дифтонгоиды (замена ядра дифтонга, глайда дифтонга, ядра и глайда)	1	3
	Орфоэпические ошибки (единиц в 1 минуту)		
	- частота неверной постановки основного ударения	0	0
	- случай невыделения слабого ударения	0	0
	Просодические ошибки (единиц в 1 минуту)		
	- различие в интонировании высказываний	2	0
	- случаи различия темпа речи	0	0
	Иные ошибки	2	0
Итого случаев отклонения:		14	8

В проанализированных публичных выступлениях коммуникативная среда имеет и сходства, и различия. Во-первых, в обоих выступлениях эмоциональное состояние Ярошевского (речевая активность, настроение, самочувствие) нормальные. Во-вторых, билингв находится в ситуации публичного, формального общения, направленного на неопределенный круг лиц (аудиторию СМИ), с которым у него нет непосредственной

обратной связи. Но в интервью, помимо телезрителей, с которыми журналист коммуницировать напрямую не может, в студии присутствуют два журналиста, с которыми Ярошевский беседует.

При анализе интервью мы установили, что присутствует некоторое эмоциональное напряжение, обусловленное конфликтной тематикой разговора. Этот же факт объясняет и наличие у Ярошевского несколько тревожного подвижного взгляда, и активной жестикуляции. При этом речь репортёра разборчивая, средней громкости, довольно быстрая, что объясняется профессиональной привычкой и опытом публичных выступлений.

В результате анализа интервью мы выявили 14 интерференционных ошибок, из них 2 случая произнесения отличных согласных фонем, 7 случаев – гласных, 1 дифтонга, 1 случай использования нехарактерной для английского языка паузы, 1 случай неправильной постановки логического ударения и 2 случая неправильного произношения слов.

В репортаже из Припяти у Ярошевского наблюдается некоторая подавленность. На это указывает сутулая осанка и сдержанная жестикуляция. Речь репортёра четкая, разборчивая, умеренной громкости, довольно быстрая, что объясняется профессиональной привычкой. От предыдущего выступления – студийного интервью данное выступление отличается своей подготовленностью: любой законченный телесюжет имеет заранее написанный сценарий, по которому он в дальнейшем монтируется. В сценарии заранее прописывается весь закадровый текст и стендапы корреспондента, что мы и наблюдаем в телерепортаже.

В результате анализа сюжета мы выявили 8 ошибок, из них 2 случая произнесения отличных согласных фонем, 3 случаев – гласных, 3 случаев – дифтонгов.

Мы предполагаем, что гораздо меньшее число интерференционных ошибок в репортаже объясняется монологичностью речи корреспондента, отсутствием активных участников беседы, подготовленностью и предопределенностью речи билингва. В интервью же речь Ярошевского спонтанна, ему необходимо внимательно слушать собеседников, понимать их, отвечать на вопросы или комментировать реплики. Ситуация непосредственного речевого общения является для билингва более напряженной. Главное для него - понять самому и донести свою мысль лексически правильно до других участников разговора, поэтому он меньше контролирует правильность произношения, а значит, и фонетическую интерференцию.

Таким образом, наша гипотеза подтвердилась: коммуникативная ситуация оказывает влияние на степень проявления фонетической интерференции в речи билингва. Помимо данного аспекта, на количество отклонений от нормативного произношения влияют и иные факторы: уровень владения языком, биологические особенности и другие.

Знание и учет этих аспектов в дальнейшем поможет нам разработать методику преподавания ситуативного общения на иностранном языке в различных коммуникативных ситуациях и уменьшить фонетическую интерференцию в речи билингва.

Литература и источники

1. Вайнрайх У. Языковые контакты // Состояние и проблемы исследования. – Киев, 1979. – 260 с.
2. Розенцвейг В. Ю. Языковые контакты: Лингвистическая проблематика. Л.: Наука, 1972. – 80 с.
3. Верещагин Е.М. Понятие «интерференция» в лингвистической и психолингвистической литературе «Иностр. языки в высш. Школе», вып. IV, 1968.
4. Аванесов Р.И. Русское литературное произношение: Учеб. пособие. – М., 1984.
5. Интервью «Fail Stream Media with Alexey Yaroshevsky». URL: <https://newsvideo.su/video/5984837> (дата обращения: 25.03.2020).
6. Репортаж «Radiation Homecoming: RT in Chernobyl Exclusion Zone». URL: https://www.youtube.com/watch?time_continue=76&v=IN_6HXgVqes&feature=emb_logo (дата обращения: 26.03.2020).

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Башкатова Ю.А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА (ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ)

УДК 801.73

ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКОВОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ФЕНОМЕНОВ (на материале произведений Стивена Кинга)

Баушева Н. К.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

nika_bausheva@mail.ru

Статья посвящена актуальной проблеме прецедентности в культуре и языке, а также особенностям языковой репрезентации прецедентных феноменов в произведениях американского писателя Стивена Кинга. В статье дается обзор научных работ отечественных авторов, освещающих различные аспекты прецедентных единиц, описываются и характеризуются группы прецедентных феноменов, отмечается связь прецедентных единиц с концепцией интертекстуальности. В исследовании, выполненном в рамках комплексного подхода, предлагается решение частной научной задачи — классификация функций и источников прецедентных феноменов. Обращение к творчеству Кинга обусловлено тем фактом, что в произведениях этого автора находят отражение концепты, имеющие непреходящую аксиологическую и эпистемологическую значимость не только для англоязычного социума, но и для всей человеческой цивилизации.

Ключевые слова: прецедентные феномены, функции прецедентных феноменов, источники прецедентных феноменов, интертекстуальность.

PARTICULAR ASPECTS OF LANGUAGE REPRESENTATION OF PRECEDENT PHENOMENA (based on Stephen King's works)

Bausheva N.K.

Kemerovo State University

The article features such topical issue of linguistics and cultural studies as precedent phenomena and particular aspects of a language representation of precedent phenomena in fiction, i.e. in Stephen King's novels and stories. The article gives an overview of the scientific works of Russian scientists, covering various aspects of precedent units. The paper describes and characterizes groups of precedent phenomena and notes the connection of precedent units with the concept of intertextuality. S. King's works are known to contain concepts that have enduring axiological and epistemological significance not only for the English-speaking society, but for the whole human civilization.

Key words: precedent phenomena, functions of precedent phenomena, sources of precedent phenomena, intertextuality.

На современном этапе развития науки прецедентные феномены все чаще становятся объектом исследования современных лингвистических направлений. Это явление обусловлено постоянно пополняющимся фондом языковых единиц: появление, развитие новых сфер деятельности человека способствуют расширению прецедентных единиц. Более того, прецедентные феномены обладают функцией репрезентации картины мира языкового коллектива, поэтому их исследование позволяет проследить изменения в сознании и видении мира представителями определенной лингвокультурной общности. Данная область

научных исследований остается актуальной на протяжении нескольких десятков лет, т.к. требует развития и уточнения ряда отдельных положений, что определяет актуальность данного исследования, в котором рассматривается вопрос определения и классификации прецедентных феноменов с позиций комплексного подхода.

Темой данного исследования являются прецедентные феномены в творчестве Стивена Кинга (р. 1947). Цель заключается в комплексном изучении прецедентных феноменов и лингвокультурных особенностей их проявления в произведениях писателя.

В рамках актуальной на сегодняшнюю день парадигмы феномен прецедентности имеет интертекстуальную природу. Концепция интертекстуальности естественным образом соприкасается с проблематикой прецедентности, поскольку речь в обоих случаях идет о единицах, отсылающих к явлению, воспринимаемому как артефакт и подлежащему контексту, который находится за пределами данного текста [1].

Термин интертекстуальность был введен в 1967 г. теоретиком постструктурализма Ю. Кристевой, которая использовала его применительно к исследованию художественной литературы. Ю. Кристева определила интертекст как «место пересечения различных текстовых плоскостей, как диалог различных видов письма», а интертекстуальность как «текстуальную интеракцию, которая происходит внутри отдельного текста» [3].

Следует заметить, что термин интертекстуальность не имеет единого определения ни в отечественной, ни в зарубежной лингвистике.

Наконец, обратимся к понятию прецедентного феномена как такового. Нам близко определение Н. В. Смыкуновой: «Прецедентные феномены – это единицы дискурса, регулярно возобновляемые в речи, известные всем представителям национально-лингвокультурного сообщества, имеющие общий минимизированный коннотативно окрашенный инвариант восприятия, обращение к которому понятно без дополнительной расшифровки» [6].

Прецедентный феномен имеет следующие признаки: известность всем представителям национально-лингвокультурного сообщества; актуальность в когнитивном плане; воспроизводимость в речи представителей того или иного национально-культурного сообщества; не обязательность словесного выражения.

При анализе особенностей использования прецедентных феноменов в художественных текстах ученые обращают особое внимание на те функции, которые они выполняют. Во многих исследованиях отмечается многообразие их функционального потенциала.

Вслед за Е. А. Нахимовой можно выделить следующие функции прецедентных феноменов: оценочная, моделирующая, прагматическая, парольная, эстетическая, людическая, эфемистическая функции [4]. Г. Г. Слышкин, в свою очередь, приводит следующую классификацию: номинативная, персуазивная, людическая, парольная функции [5].

На данный момент выделяемых функций у прецедентного феномена множество. Рассмотрим некоторые из них на примерах из произведений Стивена Кинга.

Во-первых, можно выделить функцию эмоциональной оценки: прецедентные имена ярко выражают субъективное отношение автора. На примере рассказа «Кадиллак Долана» (1993) можно увидеть, как при помощи прецедентного имени автор создает образ: «*A plot no doubt dreamed up by some overweight screenwriter sitting by his swimming pool with a pina colada by one hand and a fresh supply of Pentel pens and an **Edgar Wallace** plot-wheel by the other* [7]». У читателя мгновенно создается образ человека, живущего в свое удовольствие, разбирающегося в искусстве.

В другом примере автор использует всем известное прецедентное имя, чтобы показать читателю образ одного персонажа глазами другого: *You could like or even love a bad guy; even **Hitler** had a mother, his own mom liked to say* [8]. Главный герой подозревает, что его новый друг – беглый преступник или шпион. Однако в ходе своих рассуждений он начинает понимать, что даже самый страшный злодей может вызвать чувство любви – по

крайней мере, у собственной матери. Использованное здесь прецедентное имя используется как некий эталон «злодейства» в мировой истории.

Во-вторых, прецедентные имена создают хронотоп произведения. К примеру, такие прецедентные имена, как *Richard Nixon*, *Ralph Waldo Emerson*, *Harry Truman*, использованные автором в романе «Сердца Атлантиды» (1999), являются указанием на конкретный исторический период и место действия – США, штат Коннектикут, шестидесятые годы двадцатого века.

В-третьих, прецедентные феномены нередко выступают в так называемой парольной функции, т.е. служат для создания общности ментально-вербальной базы автора и читателя. Особенно этот прием срабатывает с прецедентными именами из области популярной культуры. Например, читателю достаточно знать, что кассиршу местного кинотеатра детвора прозвала Миссис Годзила, чтобы самостоятельно достроить ее образ: «[...] *from within her glasses ticket-booth beside the doors, Mrs. Godlow — known to the neighborhood kids as Mrs. **Godzilla** — watched them suspiciously*». Следующее далее в тексте описание этого персонажа подкрепляет изначальную догадку читателя в том, что миссис Годлоу – персонаж не из приятных, и удовлетворение, испытанное читателем от своей способности предсказывать дальнейшее развитие текста, рождает ощущение общности между ним и автором: «*She [Mrs. Godlow] was also obsessed by conviction that dozens of kids over twelve were trying to enter at the under-twelve rate; Mrs. G. would have demanded a birth certificate for the Saturday matinee as well as the Brigitte Bardot double features, had she been allowed. Lacking the authority to do that, she settled for barking «WHATYEARABORN» to any kid over five and a half feet tall [8]*».

В-четвертых, прецедентное имя может стать частью языковой игры, как в следующем примере: “*Well, you’re a lucky **duck**,*” he said. “*Just call me **Donald**,*” Sully-John agreed [8]. Идиома «*lucky duck*» означает «везунчик, счастливчик», но дословно переводится как «везучая утка». В речи персонажа «Сердце в Атлантиде» происходит расчленение идиомы, ее буквализация, и лексема «*duck*» связывается с именем диснеевского персонажа – утенка Дональда Дака. На самом же деле персонаж просто утвердительно реагирует на ремарку о своей удачливости, но делает это творчески. К тому же, использованием прецедентного имени из области мультипликации, С. Кинг добивается правдивости в своей имитации языковой личности подростка.

Языковая игра способствует привлечению внимания к форме текста, делает его менее формальным: «*S-J called the poet **Ralph Waldo Emerslop***» [8]. Кинг в шуточной манере трансформирует имя известного американского поэта Ральфа Уолдо Эмерсона таким образом, что для читателя оно становится вполне узнаваемым. При помощи прецедентного имени, выполняющего в данном случае юридическую функцию, автор демонстрирует нелюбовь героя к школьной программе: «*Эс-Джей называл поэта **Ральф Балда Эмерсун** [2]*».

Эстетическая функция связана с тем, что прецедентные феномены воспринимаются как способ эстетической оценки мира, привлекают внимание необычной формой выражения. *In the dying light the cut I had made really did look like a grave – the grave of some mythical ogre. **Goliath**, maybe* [7]. Благодаря использованию прецедентного имени великана Голиафа у читателя создается образ могилы, задуманной автором. В данном случае прецедентный феномен воспринимается как одно из средств эстетического воздействия.

Таким образом, в данной статье мы рассмотрели некоторые из наиболее интересных прецедентных феноменов в произведениях Стивена Кинга с точки зрения их функционирования. Мы проанализировали некоторые функции, которые носят вышеописанные прецедентные феномены, а именно: оценочную, эстетическую, парольную и юридическую. Отмеченные прецедентные феномены отражают переосмысление массовой культурой вечных ценностей, авторитетов, эталонов. Стивен Кинг прибегает к всемирному фонду прецедентных имен как к средству создания некоего общего тезауруса со своим читателем. Сталкивая в рамках одного субтекста ценности классической и популярной

культуры, писатель-фантаст заостряет внимание на поверхностности понимания первых и отсутствии глубины вторых.

Литература и источники

1. Дымарский М. Я. Прецедентность и художественность // Феномен прецедентности и преемственность культур. Воронеж: Воронежский государственный университет, 2004. 302с.
2. Кинг С. Сердца в Атлантиде / С. Кинг – «АСТ», 1999 – (Король на все времена) ISBN 978-5-17-089306-5.
3. Кристева Ю. Бахтин, слово, диалог и роман [Электронный ресурс] // Вестник МГУ. Серия: Филология. 1995Р. 11-12. – Режим доступа: <http://goo.gl/Quh0ZP> - Загл. с экрана.
4. Нахимова Е. А. Прецедентные имена в массовой коммуникации: монография / Екатеринбург, 2007.
5. Слышкин Г. Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе / М.:Академия, 2000.
6. Смыкунова Н. Прецедентные феномены в речевом общении русской языковой личности и процессе обучения русскому языку как иностранному: дисс. ... канд. пед. наук. М., 2003. С. 52.
7. King, S. Dolan's Cadillac, [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://arounddate.com/dolans-cadillac-by-stephen-king/> - Загл. с экрана.
8. King, S. Hearts in Atlantis, Palimpsest Book Production Limited, Polmont, Stirlingshire / ISBN 0 340 73890 1.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Рабкина Н.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 811.111-26

ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТЬ И ИНТЕРТЕКСТ В РОМАНЕ Д. МИТЧЕЛЛА «ОБЛАЧНЫЙ АТЛАС»

Герасенко А. И.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

Gerarina99@gmail.ru

В работе рассматриваются понятия интертекстуальности и интертекста со своей внутренней и внешней стороны – подчеркивается очевидность и прозрачность самой формы однокоренных слов в изучаемых категориях. В ходе работы оба понятия сравниваются между собой также для того, чтобы суметь с большей точностью определить способы реализации и функции данных категорий в научно-фантастическом романе английского писателя Дэвида Митчелла «Облачный атлас» и изучить взаимодействие выбранного текста с семиотической системой произведения. Многочисленные примеры внутри сюжета каждой из частей изучаемого романа помогают наглядно увидеть, понять и разработать определенную стратегию для глубокого рассмотрения интертекстуальности и интертекста как единого целого, так и по отдельности.

Ключевые слова: интертекстуальность, интертекст, анализ текста, интерпретация текста

INTERTEXTUALITY AND INTERTEXT IN D. MITCHELL'S NOVEL "CLOUD ATLAS"

Gerasenko A. I.

Kemerovo State University

The concepts of intertextuality and intertextare considered in the work from their internal and external sides and also the obviousness and transparency of the very form of cognate words are emphasized in the categories. During the work, both concepts are compared. What is more, in order to be able to more accurately find the visual use of each category in the science-fiction novel of the English writer David Mitchell "Cloud Atlas" and to study the interaction of the selected text with the semiotic system of the book. Numerous examples in the each part of the novel under study helps to see, understand and develop a specific strategy for a deep study of intertextuality and intertextboth together and separately.

Key words: intertextuality, intertext, text analysis, text interpretation

Работа посвящена изучению романа «Облачный атлас», написанного Дэвидом Митчеллом – английским писателем, который дважды завоевал Букеровскую премию за произведения в жанре научной фантастики. В романе показаны шесть связанных между собой историй. Сюжеты каждой происходят в разные временные промежутки, начиная с середины девятнадцатого века и заканчивая далёким постапокалиптическим будущим. Объединены же эти историисвязью ключевых персонажей каждой из описанных частей.

Для того чтобы понять взаимосвязь персонажей, проживающих в разных исторических эпохах, имеющих разные судьбы и совершенно несхожие друг с другом жизни, рассматривается понятие «интертекстуальность». Для начала внимание было обращено на прозрачность внутренней формы исследуемого понятия: лат. *inter* (приставка) – «между», лат. *intertextum* (форма супина) – «вплетенное внутрь». Лингвистический энциклопедический словарь даёт определение термину *интертекстуальности*, как включению «одного текста в другой, что может связывать тексты разных эпох, разноязычные и относящиеся к разным эпохам. В каждом тексте возможны наложения других («текст в тексте»), ассоциативные комбинации которых создают дополнительный смысл» (ЯБЭС). Также данный термин был рассмотрен и в других источниках, статьях и словарях.

Для более точного понимания термина *интертекстуальность*, необходимо углубиться и в понятие *интертекста*, после чего разграничить значение обоих.

Попытка найти различия междуэтими двумя взаимосвязанными понятия была предпринята в последние годы рядом ученых. Так, Н. А. Кузьмина определяет интертекст как объективно существующую реальность, являющуюся продуктом творческой деятельности человека, способную бесконечно самогенерироваться по стреле времени (Кузьмина, 1998, с. 28).

Сходная трактовка у Н. Н. Белозеровой. Интертекст в её понимании представляет собой «вечно развивающуюся совокупность текстов, действующую либо на идеальном, либо на виртуальном, либо на библиотечном уровнях, которая конструируется в *согора*» (Белозерова, 1999).

По мнению обоих ученых, интертекст состоит из неупорядоченного (с информационной точки зрения) множества (совокупности) текстов, но, будучи востребован автором или воспринят читателем, интертекст приходит в движение и приобретает структурное единство – упорядочивается, самоорганизуется (Кузьмина, 1998; Белозерова, 1999).

В отечественной и западной лингвистических традициях также существует несколько определений для понимания *интертекста*, каждый из которых рассматривается в ходе работы. Легко заметить, что термин «интертекстуальность» обычно поглощает термин «интертекст», причем нередко они употребляются кореферентно, свободно замещая один другой.

На рассматриваемом термине строится одна из основных идей романа Д. Митчелла: именно с помощью интертекстуальности очевидным становится прямая связь героев между собой. В каждой из шести историй, так или иначе, появляется момент, отсылающий нас к прошлому или же к будущему – к предыдущем и последующим частям романа. Так,

например, третья по хронологии часть «Half-Lives: The First Luisa Rey Mystery», написанная в жанре детектива-триллера, завязана на том, что героиня знакомится с пожилым человеком – Руфусом Сиксмитом, который таинственным образом погибает, но в руки к Луизе попадают еще по молодости адресованные ему письма от композитора Роберта Фрошибера, речь же об этих письмах и о жизни некогда молодого композитора идет во второй по хронологии части романа: «*The other item of mail is an air mailed package from Megan Sixsmith, sent in response to Luisa's request. It contains the final eight letters Robert Frobisher wrote to his friend Rufus Sixsmith*». [D.Mitchell]

Проведенное исследование показало, что роман «Облачный атлас» пусть и написан шестью разными историями, но из-за большого количества связей в тексте, чувствуется полнота повествования, а также сохраняется ощущение того, что это одно цельное произведение, несмотря на изменение эпохи, а соответственно, и обстановки, и лексики, и настроения произведения.

Литература и источники

1. Белозерова, Н. Н. Модель функционирования интертекста / Н. Н. Белозерова // Вестник Тюменского государственного университета. – Вып. 4. – 1999.
2. Кузьмина, Н. А. Интертекст и интертекстуальность: к определению понятий / Н.А. Кузьмина // Текст как объект многоаспектного исследования: Сборник статей научно-методического семинара “ТЕХТУС”. – Вып. 3. – Ч. 1 / под ред. д-ра.филол. наук проф. К. Э. Штайн. – СПб; Ставрополь: Издательство СГУ, 1998. – С. 27-35
3. MitchellDavid. Cloud Atlas: <https://www.royallib.com/>

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Башкатова Ю.А., ФГБОУ ВУ «Кемеровский государственный университет».

УДК-811'1

ЖЕНСКИЕ ОБРАЗЫ В ИДИОСТИЛЕ А. КАРТЕР НА МАТЕРИАЛЕ СБОРНИКА «THE BLOODY CHAMBER»

Дамченко А. И.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

alinadamchenko@yandex.ru

При создании своего литературного труда каждый автор использует определенный набор художественных средств, которые помогают передать его мысли, идеи и переживания более образно. Значительную роль играет время, эпоха создания литературного произведения, так как каждый временной отрезок славится своими актуальными темами и насущными вопросами. Вторая половина двадцатого века, период расцвета творчества А. Картер, приходится на постмодернизм. Данное художественное направление включает в себе определенное мышление и своеобразную философскую позицию. Основная цель данной статьи выделить отличительные характеристики женских образов в идиостиле британской писательницы А. Картер, а также познакомиться с героями сказок сборника «The Bloody Chamber», проанализировать их поступки и понять, что ими движет в различных ситуациях. Особое внимание акцентируется на многогранном раскрытии термина «идиостиль» и его особенностях в творчестве А. Картер.

Ключевые слова: Идиостиль; Постмодернизм; Языковая личность; Интертекстуальность; Метафоричность; Подсознание; Феминизм.

WOMEN'S IMAGES IN A. CARTER'S IDIOSTYLE BASED ON THE MATERIALS OF THE COLLECTION «BLOODY CHAMBER»

Damchenko A. I.

When the author creates his literary work he uses a certain set of artistic tools that help to convey his thoughts, ideas and experiences more figuratively. A significant role is played by time, the era of the creation of a literary work, since each time period is famous for its current topics and pressing issues. The second half of the twentieth century, the heyday of A. Carter's works, falls on postmodernism. This direction includes certain thinking and a peculiar philosophical position. The main purpose of this article is to highlight the distinctive characteristics of women's images in the idiostyle of the British writer A. Carter, as well as to get acquainted with the heroes of fairy tales in the collection "The Bloody Chamber", analyze their actions and understand what motivates them in various situations. Special attention is paid to the multi-faceted disclosure of the term «idiostyle» and its features in the work of A. Carter.

Key words: Idiostyle; Postmodernism; Linguistic personality; Intertextuality; Metaphoricalness; Subconscious; Feminism.

Каждый писатель отличается своим уникальным стилем письма, с помощью которого он передает свои собственные мысли, идеи, переживания, используя различные средства выразительности для создания у читателя яркого и полного образа того или иного явления. Одной из важнейших задач стилистики является изучение индивидуального авторского стиля. «Исследование языка великих писателей может не только раскрыть своеобразие их творческой манеры, но и пролить свет на возможные колебания литературной нормы» [В.В. Виноградов]. Стоит отметить, что каждое произведение впитывает в себя особенности той эпохи, в которую оно было написано.

Понятие идиостиля многогранно и неразрывно связано с понятием языковой личности. Вопросами определения языковой личности занимались такие лингвисты, как В.В. Виноградов, Ю.Н. Караулов и Ю. Н. Тынянов. При рассмотрении языковой личности, раскрывается не только ее индивидуальный стиль «речевой портрет личности», но и язык эпохи, то есть сам писатель предстает как «ценный материал» для изучения художественного текста, характерного для той или иной эпохи. **Идиостиль (индивидуальный стиль)** - совокупность языковых и стилистико-текстовых особенностей, свойственных речи писателя. Для идиостиля характерны не только речетекстовые характеристики писателя, но и экстралингвистические параметры текста (интертекстуальность, прецедентные феномены, культура эпохи создания художественного произведения).

Период литературного творчества Анджелы Картер, одной из самых ярких и необычных английских писательниц, приходится на постмодернизм. Данное направление возникло во второй половине двадцатого века и включало множество специфических особенностей. Произведения А. Картер отличаются уникальным стилем написания, которому присущи такие черты как интертекстуальность, пародирование, игра слов и готическая атмосфера с элементами эротизма и насилия. Для множества исследователей работы А. Картер представляют большой интерес, поскольку она постоянно находится в поиске оригинальных способов проникновения в область человеческого подсознания, с его истинными желаниями и самыми сокровенными тайнами. Также отличительной особенностью сборника «The Blood Chamber» стала отсылка к канонам феминизма, идеям женской эмансипации. В своих рассказах А. Картер демонстрирует явное преобладание «символа матери», призывает женщин признать свою необъятную силу, наделяет героинь своего произведения поистине доблестными качествами (самопожертвование, спасение и сохранение чужой жизни).

Идиостиль Анджелы Картер отличается уникальностью, умением сочетать, казалось бы, несочетаемые вещи: мрачные страшилки и добрые сказки, ценим и гуманизм. Кэролин Морхед назвала А. Картер «готической писательницей, соединившей аллегорию и

метафору, миф и символизм». Сборник сказок А. Картер «The Bloody Chamber» является отражением идиостиля писательницы, с ее выдающимися навыками письма, нестандартным мышлением и исключительными женскими образами.

1. Сборник А. Картер включает множество постмодернистских особенностей, одной из которых является интертекстуальность. Название сказки «Puss-in-boots» полностью совпадает с названием сказки Ш. Перро «Кот в сапогах», то есть интертекстуальность проявляется на уровне заголовка, названия. От сказки Ш. Перро А. Картер взяла только название. В сказке английской писательницы прослеживается переосмысление устоявшихся обычаев и моральных ценностей. Молодая девушка, находившаяся в заточении своего пожилого и нелюбимого мужа, не принимает свою «женскую долю», где издревне считается, что муж – глава семьи и его слово закон. Главная героиня следует порывам собственных чувств и желаний, тем самым она пренебрегает такими моральными ценностями, как верность и непорочность. Она полностью осознает ответственность за свои действия и поступает так, как она хочет, то есть сбегает с тем, кого она действительно любит.

2. Важной особенностью произведений А. Картер - метафоричность и большое количество текстуально значимых символов. Например, «белая роза» в сказке «Женитьба мистера Лайона» подчеркивает не только красоту девушки, но и ее добрые и искренние намерения по отношению к любимому. Образ креста в сказке «Оборотень» это – символ изгнания сверхъестественной силы, где маленькая девочка использует его для защиты от злых призраков в лесу.

3. Идеи феминизма и независимости женщин нашли свое отражение в сказке «Кровавая комната», где молодую девушку, приговоренную к смерти собственным мужем, спасает мать «одна рука ее держала поводья поднятого на дыбы коня, другая сжимала армейский револьвер моего отца».

4. Различные описательные конструкции в готическом стиле создают фантастическую атмосферу таинственности. Образ девушки – вампира, живущей в отдаленной и заброшенной деревне, с одной стороны «порождение тьмы и страха», но с другой стороны это обычная девушка с деструкцией психики и недостатком полноценного общения.

Так, женские образы в текстах сказок А. Картер сборника «The Bloody Chamber» играют значительную роль в понимании своеобразия авторского стиля А.Картер, где мы знакомимся с основными идеями и мыслями писательницы, но также узнаем и об особенностях данной эпохи, ее творческих периодов и направлений.

Литература и источники

1. Болотнова Н.С. Изучение идиостиля в современной коммуникативной стилистике художественного средства. М., 2004.
2. Виноградов В.В. Проблема авторства и теория стилей. М., 1961
3. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М., 1987
4. Ломаева Екатерина Алексеевна «Язык и стиль Тонино Гуэрры», Санкт-Петербург, 2016
5. Родионова Наталия Гербертовна «Поэтика жанра романа в творчестве Анджелы Картер», Москва, 2001
6. Шаг за черту. Автор: Рушди Ахмед Салман. URL: <https://public.wikireading.ru/123135> (Дата обращения: 08.03.2020).
7. Экстралингвистические параметры текста. URL: https://studopedia.ru/14_45071_lektsiya--ekstralingvisticheskie-parametri-teksta.html (Дата обращения: 08.03.2020).
8. Carter, Angela. Collected Dramatic Works / Angela Carter. London: Vintage, 1996.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Прохорова Л. П., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

УДК 81`42

ЛИНГВОКУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА ОПИСАНИЯ ИРЛАНДСКОЙ ЗЕМЛИ В СОВРЕМЕННОЙ ИРЛАНДСКОЙ ПРОЗЕ И ПОЭЗИИ

Овчинникова А.С.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

Ovchinnikova.Arina@yandex.ru

Настоящая работа посвящена лингвокультурному анализу современной ирландской прозы и поэзии, выявлению на их материале особенностей описания Ирландии, ирландской земли и связанному с ней мироощущению. Значимость данной работы обуславливается тем, что при анализе современных произведений, написанных представителями определенной культуры о своём же этнокультурном сообществе, можно составить наиболее яркое и живое представление о народе и языке, которое может быть полезно при любом социальном, информационном, лингвистическом взаимодействии с культурным ирландским пространством. Цель работы заключается в изучении понятийного аппарата лингвокультурологии, инструментов лингвокультурного анализа и дальнейшем раскрытии особенностей описания ирландского менталитета в современном ирландском художественном дискурсе. Среди основных его особенностей были выделены и проиллюстрированы такие черты как: культурные установки ценности родной земли, обилие культурных сем для её обозначения и особый символизм памяти места.

Ключевые слова: лингвокультурология, лингвокультурный анализ, культурная сема, культурные установки, ирландское культурное пространство, художественный дискурс, символизм.

LINGUOCULTURAL PARTICULARITIES IN DESCRIPTIONS OF IRISH LAND IN MODERN IRISH POETRY AND PROSE

Ovchinnikova A.S.

Kemerovo State University

This paper is devoted to the linguistic and cultural analysis of modern Irish prose and poetry, the identification of the particularities in the descriptions of Ireland, Irish land and the outlook connected with them. The significance of this paper is determined by the fact that analysis of contemporary works written by representatives of a certain culture about their own ethnocultural community permits assessing the most vivid and vibrant image of the people and their language, which can be useful in any social, informational, linguistic interaction with Irish cultural space. The purpose of the paper is to study the conceptual apparatus of linguoculturology, instruments of linguocultural analysis and to analyze the peculiarities in the descriptions of Irish mentality in modern Irish literary discourse. Among its characteristic features, there are: cultural value of native land, the abundance of linguacultural units used for nomination of different types of land and the special symbolism of the memory of the place.

Keywords: linguoculturology, linguocultural analysis, linguocultural unit, cultural values, Irish cultural space, literary discourse, symbolism.

Лингвокультурология – молодая наука, занимающаяся изучением проявлений культуры в языке, которая берёт своё начало от господствующей в настоящее время в лингвистике идеи антропоцентричности, так как она «ориентирована на культурный фактор в языке и на языковой фактор в человеке» [1]. Находясь на стыке лингвистики и культурологии, она позволяет исследовать художественный текст с новой точки зрения – культурной,

открывающей дальнейшие перспективы для использования полученных с помощью анализа данных в различных областях межкультурной коммуникации. Ирландское культурное пространство, как и любое другое, имеет определенные культурные установки и концепты, которые отражаются на мировосприятии ирландцев и их взаимодействии с окружающим миром вне определенного контекста.

Установки культуры — это своего рода идеалы, в соответствии с которыми личность квалифицируется как «достойная/недостойная». Вырабатываются они на протяжении исторического пути, проходимого народом, который откладывается в социальной памяти и формирует установки. [2] Одной из культурных установок, встречающихся как в прозаических, так и в поэтических произведениях ирландских авторов, является трепетное отношение к родной земле, ее ценность.

Об особом месте земли в картине мира ирландского культурного пространства свидетельствует, в первую очередь, обилие наименований и культурных сем, связанных с землей. Культурные семы — это более мелкие и более универсальные, чем слово, семантические единицы и признаки. [2] В нижеприведенном отрывке из романа мы можем пронаблюдать приблизительную оценку их количества, а также пару примеров:

‘Awbashe’ and ‘murra’ are the words for the sea. ‘Glumree’ means ‘the waves’. ‘Jee-ah gwitch’ is ‘good day’. But they have *two score and upward of words for land*, depending on what sort of land is being spoken of. ‘*Tear* is one of them (pronounced in a fashion so as to rhyme with ‘year’). ‘*Tear mahurr*’ is ‘my father’s land’. He took from the pocket of his greatcoat a handful of soil which he shewed me. It was handful of his father’s land at Connemara. [3]

Кроме того, показателен тот факт, что герой романа, покидая свой дом, взял с собой лишь горсть родной земли, и пронёс её с собой на корабль, сохранив до момента представленного разговора, при том, что между этими временными точками романа прошло немалое количество времени.

Следующим проявлением важности культурного концепта земли является показательный конфликт пассажиров низшего класса на корабле, основанием для которого послужило присвоение земли соседнего земледельца. Подобный поступок носил крайне негативную культурную коннотацию (*no man lower than he who has taken the holding of another*). Примечательно то, что данная культурная установка берёт верх даже над таким представлением как эффективность работы:

‘Your name is Pius Mulvey,’ said he. ‘You took a neighbor-man’s land off him when he was down on his luck.’

(Among these Irish of the villein class there is no man lower than he who has taken the holding of another in such a circumstance. *They had rather the land were left idle and barren than it be husbanded by one who was not born on it.*)

Стоит также отметить, что в тексте романа земля обладает определённым символизмом, представляется как своеобразная связь человека с жизнью:

A consumptive blacksmith from the town of Bunclody jumped the upperdeck rail near Forlorn Point and was last seen swimming weakly towards the shore; *every last shred of his will* employed to bring him back to *the place where his death was certain*.

Суша, земля описывается как место, где смерть человека является определенной, несомненной, несмотря на то, что вероятность смерти в данном случае определяется состоянием здоровья, а не местом. Смерть одинаково бы настигла персонажа как на суше, так и в море: процесс бы остался неизменным, за исключением этапа погребения. Это может быть связано с символическим восприятием земли в качестве хранилища культуры, в толще которого находятся различные реликвии прошлого, и каждый новый слой несёт в себе определённую память о людях, живших в этом месте прежде.

Подобный символизм земли, имеющей собственную память, мы можем встретить в стихотворении Шеймаса Хини ‘Bogland’ [4]:

Our pioneers keep striking
Inwards and downwards,

Every layer they strip
Seems camped on before.

В вышеприведенном фрагменте стоит отметить использование такой культурной семы как 'pioneers', содержащей в себе отсылку к американским пионерам, принимавшим участие в глобальном заселении новых западных территорий в девятнадцатом веке. Однако американские пионеры расширяли свои горизонты непосредственно вдаль, тогда как ирландские, описанные в стихотворении – внутрь и вниз, что подчеркивает соответствующие культурные установки – ориентированность на прошлое, лингвистически выраженная глубокими слоями торфяников, и стремление к его детальному изучению. Эта же аллюзия подкрепляется зачином стихотворения, противопоставляющим широкие североамериканские пространства, открытые к исследованию, и ирландские земли, где взгляд каждый раз невольно падает на торфяник:

We have no prairies
To slice a big sun at evening--
Everywhere the eye concedes to
Encroaching horizon,
Is wooed into the cyclops' eye
Of a tarn. Our unfenced country
Is bog that keeps crusting
Between the sights of the sun.

Ещё одним стилистическим приёмом, заслуживающим внимания, является метафорическое описание озёр, персонифицирующее их и сравнивающее их с глазом циклопа, основываясь на схожести форм и ощущении живого присутствия почвы и воды, вобравших в себя многовековой опыт жизни людей на данной местности.

Другим примером стихотворения, фокусирующегося на памяти места, является 'Old Mythologies' Джона Монтегю [5]. Здесь мы можем наблюдать не только метафорический визуально-тактильный образ, как в предыдущем примере, но и аудиальный, когда пасущийся скот наделяется способностью слышать отголоски прошлого – лязг оружия похороненных на этой земле воинов:

And now, at last, all proud deeds done,
Mouths dust-stopped, dark they embrace
Suitably disposed, as urns, underground.
Cattle munching soft spring grass
-Epicures of shamrock and the four-leaved clover-
Hear a whimper of ancient weapons,
As a whole dormitory of heroes turn over,
Regretting their butchers' days.

Далее в стихотворении появляется образ земли, убаюкивающей военный запал мертвых, что подчеркивает отношение к прошлому, как к детству человечества, его истоку, закладывающему основу для настоящего и будущего. Данный случай может быть также классифицирован как персонификация долины, выступающей в качестве матери истории, дающей жизнь людям и событиям:

This valley cradles their archaic madness
It upheld their savage stride:
To bagpiped battle marching,
Wolfhounds, lean as models,
At their urgent heels.

Таким образом, в процессе написания работы, было просмотрено около шестидесяти стихотворений различных авторов и два романа. Выявив определенные закономерности и проанализировав самые показательные примеры, демонстрирующие эти закономерности, можно сделать следующие выводы: среди культурных установок мировосприятия ирландского общества, важным аспектом представляется ценность родной земли, не

столько в роли государства, сколько в роли определенной местности, земельного участка, который рассматривается как привязанность и своеобразная связь с жизнью. В то же время, в рассмотренных фрагментах описания местности Ирландии актуализировались не только внешне типичные для данного пространства черты, например, болотистые пейзажи, но и такой культурный концепт как память места, который подразумевает единство всевременного культурного фонда, накопленного в одной местности, что также свидетельствует о высокой ценности прошлого как культуроформирующего элемента.

Литература и источники

1. Телия, В. Н. О методологических основаниях лингвокультурологии [Текст]– М.; Обнинск, 1995.– 21-27с.
2. Маслова, В. А. Введение в лингвокультурологию [Текст] – Учебное пособие. — М.: Наследие, 1997. — 208 с.
3. Joseph O'Connor Star of the Sea [Текст] – Vintage, 2003 – 410 p.
4. S. Heaney Door Into the Dark: Poems [Текст] – London: Faber & Faber, 1969. – 56 с.
5. J. Montague Poisoned Lands and Other Poems [Текст] – London: MacGibbon & Kee, 1961. – 59 с.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Старцева Т.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 82

КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МЕТАФОРА «ЗОНЫ» В ОРИГИНАЛЕ И ПЕРЕВОДЕ ФАНТАСТИЧЕСКОЙ ПОВЕСТИ «ПИКНИК НА ОБОЧИНЕ» БРАТЬЕВ СТРУГАЦКИХ

Пискунова В. В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

piskunova.nika@mail.ru

В работе предпринят сравнительный анализ контекстов, описывающих Зону в текстах оригинала и перевода фантастической повести Аркадия и Бориса Стругацких «Пикник на обочине». В ходе исследования было обнаружено, что данный приём использования стилистически сниженной лексики Стругацкие используют, чтобы ввести в повествование идею антропоцентризма, в то время как нейтральный перевод А. Буис вывел на первый план идею о богоцентризме и, более того, разрушил авторскую концепцию Зоны, как отхожего, – парадоксального места, наполненного абсолютно противоположными явлениями.

Ключевые слова: Зона; оригинал; перевод; концептуальная метафора

COGNITIVE METAPHOR “ZONE” IN THE ORIGINAL AND THE TRANSLATION OF SCI-FI “ROADSIDE PICNIC” BY THE STRUGATSKY BROTHERS

Piskunova V. V.

Kemerovo State University

In the research there is a comparative analysis of contexts describing the Zone in the original and the translation of the fantastic novel by the Strugatsky brothers “Roadside Picnic”. It was found that the Strugatsky used this method of using stylistically reduced vocabulary to introduce the idea of anthropocentrism into the narrative, while the neutral translation by A. Buis brought the idea of God-centrism and, moreover, destroyed the author’s concept of the Zone as an outhouse: a paradoxical place filled with completely opposite phenomena.

Key words: the Zone; the original; the translation; cognitive (conceptual) metaphor

Концептуальная метафора (*conceptual metaphor*) — один из когнитивных механизмов, основанный связях между концептуальными структурами, относящимися к разным областям знания. Метафора — «понимание и переживание сущности одного вида в терминах сущности другого вида» [1]. Концептуальная метафора является универсальным свойством мышления. Она может выражаться как вербальными средствами, так и невербальными, посредством живописи, музыки, жестов. Таким образом, концептуальная метафора — это процесс, происходящий на уровне человеческого мышления, находящий отражение в языковых структурах [2].

Впервые читатель видит Зону своими глазами в первой главе фантастической повести «Пикник на обочине» (“Roadside picnic”) братьев Стругацких, а следующий, второй и последний раз она описывается в последней главе «4. Рэдрик Шухарт, 31 год. REDRICK SCHUHART, AGE 31». Желая спасти свою дочь, утрачивающую черты и облик человека, так как ее отец – сталкер, главный герой Рэдрик отправляется в Зону к Золотому шару, по слухам исполняющему желания. С собой он берет Арчибальда – сына сталкера Стервятника Барбриджа. Тем не менее, юноша является не столько помощником в нелегком пути, сколько жертвой, необходимой для достижения цели.

Кольцевая композиция поддерживает концепцию Золотого шара. Шар – символ космоса, бесконечности, отсутствия начала и конца, вечности, божественного начала, Бога, Неба. Данный символ вводит религиозный аспект, развитый в переводе и практически отсутствующий в оригинале.

«Пусть здесь полежит, — объяснил он. — Обрати пойдём — возьмишь» [3]; “We’ll leave it here for now. God willing, we’ll come back and pick it up” [4] – “God willing” добавлено по желанию переводчика.

“<...> and thank God he had at least crawled in the right direction” [4]; «и спасибо еще, что полз, в общем, туда, куда надо» [3].

Единственное упоминание Бога присутствует в реплике: «Господи, да где же слова-то, мысли мои где?» [3]; “God, where are the words, where are my thoughts?” [4]. Такая отсылка может рассматриваться двояко. С одной стороны, это кульминационный момент главы и всей повести, поэтому герой переосмысливает свое прошлое и, находясь на территории Зоны, проходит катарсис. С другой стороны, это может быть просто эмоциональное восклицание от усталости и изнеможения, больше похожее на междометие, чем на слово, несущее сакральный смысл. Так как Стругацкие жили и творили в эпоху СССР, то по идеологическим соображениям религиозная составляющая не приветствовалась. Кроме того, Стругацкие развивают идею о том, что человек – хозяин своей судьбы и ответственен за свои поступки. Несмотря на это, в переводе помимо сверхсилы Зоны А. Буис вводит Божественную силу, развивая мысль о том, что все действия и события мотивированы не человеком, а свыше. Возможно, поэтому переводчица опустила все примеры сниженной жаргонной лексики, в изобилии присутствующие в оригинале:

— Ну что, сталкер? — сказал он. — Замарал подиштанники? Привыкай, браток, не стесняйся, дома выстирают [3]; “Well, stalker, think we’ll live through this, eh?” [4].

«<...> обварил бы себе зад — вот и все неприятности» [3]. “<...> he would have gotten blisters on his feet—and that would have been it as far as injuries” [4].

«Я только всю свою жизнь и вижу, как умирают Кириллы и Очкарики, а Стервятники проползают между их трупами, по их трупам и гадят, и гадят, и гадят...» [3]; перевод данного фрагмента отсутствует.

«И стоял смрад. Черт знает что гнило в этом отвратительном месиве, но Рэдрику показалось, что сотни тысяч разбитых тухлых яиц, вылитых на кучу из сотни тысяч тухлых рыбьих голов и дохлых кошек, не могут вонять так, как воняло здесь» [3]. “And it stank. ‘It’ll really stink in there, but don’t you chicken out’” [4].

Убраны такие слова, как «зад», «задница»: «— Смерть это была, — невнятно произнес Рэдрик и закашлялся. <...> И кожа на руках тоже оказалась цела, только покраснела

малость. Надо думать, и задницу не до кости прожгло. Он пощупал — нет, явно не до кости, даже штаны целы. Просто как кипятком ошпарило» [3]; *“That was death,” Redrick murmured and coughed. <...> And the skin on his hands remained intact, but red”* [4]. Произведение становится иносказательным, с вариантным использованием эвфемизмов для создания литературного эффекта.

Отец Арчибальда (Артура), Стервятник Барбридж, был один из первых сталкеров. Именно он нашел уникальный Золотой шар. Первоначально носил прозвище Битюг (крупная порода тяжеловозных лошадей), кличку Стервятник получил за то, что часто возвращался из Зоны без напарников, оставляя их умирать в различных аномалиях или специально принося в жертву «ловушкам», используя людей в качестве «отмычек»: *«А ведь как раз тогда Барбриджа Стервятником и назвали, до этого он у нас в Битюгах ходил...»* [3]; *“That was when they began calling him Buzzard, before they used to call him Winner”* [4].

В одном из его описаний при переводе также отсутствует сниженная лексика (*«Что я в этом копаюсь, как в дерьме прутиком?»*) [3]), но добавлены черты внешности Стервятника, символизирующие его животную натуру и дополняющие образ хищной птицы-падальщика, отсутствующие в оригинале: *“And I looked into his eyes, and they were like sores—yellow with black dots”* [4].

Показательно, что именно Стервятник показывает двойственную природу Зоны. Потеряв ноги во время одной из вылазок за хабаром, старик Барбридж надеется вернуть их с помощью Золотого шара; однако в силу своей неполноценности, он просит Рэдрика, опытного сталкера и знакомого, вывести артефакт из Зоны.

«А я, может, ноги себе верну. Ноги верну, понимаешь ты? Зона ведь ноги у меня отобрала, так, может, Зона и отдаст?» [3]; *“And maybe I’ll be able to get my legs back. My legs, do you understand? The Zone took them away, and maybe it’ll give them back?”* [4].

Более того, у Рэдрика свои планы на волшебный шар. Во-первых, исцеление своей дочери (вновь Зона калечит); а во-вторых, получить материальную выгоду с его продажи.

«Это было ночью. Он проснулся от такого же звука, тоскливого и длинного, обмирая, как во сне. Только это был не сон. Это кричала Мартышка, сидя на своей постели у окна, а из гостиной откликнулся батя, очень похоже, так же длинно и скрипуче, только с каким-то клокотанием. И так они перекликались и перекликались в темноте целых сто лет. Гута проснулась тоже и взяла Рэдрика за руку, он чувствовал ее мгновенно покрывшееся испариной плечо, и так они лежали все эти сто лет и слушали» [2]; *“It was at night. He woke up from the same sound, sad and long, his heart stopping, like in a dream. Only it hadn’t been a dream. It was Monkey screaming in her bed by the window. Guta woke up, too, and took Redrick’s hand. He could feel the sweat break out on her shoulder against his. They lay there and listened”* [4] (отрывок на английский язык переведен не полностью).

В приведенном отрывке представлено влияние Зоны. Мартышка, прекращающая быть человеком, и «батя», отец Рэдрика Шухарта, воскресший из мертвых. К сожалению, в переводе опущен фрагмент описания отца Шухарта, хотя эта параллель передает всю опасность и страх перед Зоной и ее порождениями в одном эпизоде. Все неземные силы: и целительные, и уродующие, – не из этого мира, и человеку они неподвластны. Так, например, вымоленная у Золотого шара дочь Барбриджа, шикарная Дина, на деле не представляет собой ничего, кроме полой внутри формы: *«<...> такая роскошная баба — кажется, век бы с нее не слезал, а на самом деле пустышка, обман, станок какой-то, а не женщина»* [3]; *“<...> how such a fantastic-looking woman could actually be a plastic fake, a dummy”*[4].

Таким образом, создается концептуальная метафора Зоны, ее двойственность и парадоксальность. Когнитивная и концептуальная метафора потому, что она – «реальность либо нейронного, либо концептуального уровня» («a reality at either the neural or conceptual level») [1, с. 58]. Зона может как забрать человеческий облик и плоть (дочь Рэдрика Мартышка и ноги Стервятника Барбриджа), так и сотворить идеал, материальное совершенство (дочь Барбриджа Диана). Стругацкие сравнивают Зону с отхожим местом.

Проходя через ее испытания, трудности, добираясь до заветного артефакта, человек сам становится хозяином судьбы: «СЧАСТЬЕ ДЛЯ ВСЕХ. ДАРОМ, И ПУСТЬ НИКТО НЕ УЙДЕТ ОБИЖЕННЫЙ!» [3]; “HAPPINESS FOR EVERYBODY, FREE, AND NO ONE WILL GO AWAY UNSATISFIED!” [4]. Кроме того, обилие подробностей отхожего места также связано с попыткой разобраться в прогнившей системе государства; таких же людей, чьи потребности не отличаются от животных; а затем и с самим собой. Главный герой на протяжении всей главы занимается самоанализом, своим поступкам, поведению, пытается найти оправдание, причину и предвосхитить последствия. В нем конфликтуют две стороны (рациональная и чувственная, эмоциональная), через эту борьбу проходит он ментально, и параллельно физически испытывает боль или мучения от новых ловушек и аномалий Зоны. Несмотря на это, переводчица А. Буис заменяет идею антропоцентризма идеей богоцентризма, нарочито вводит отсылки и обращения к Богу, отдавая власть над всем живым в его руки. Кроме того, нейтральная лексика и отсутствие подробностей и комментариев о Зоне, как отхожем месте, и людях, как низких и подлых существах, разрушает авторскую идею о концептуальной метафоре и дуализме феномена Зоны.

Литература и источники

1. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. — Chicago: Univ. of Chicago Press, 1980 (2008). – 276 p.
2. Lakoff G., Johnson M. *Philosophy in the Flesh: The Embodied Mind and Its Challenge to Western Thought*. NY: Basic Books, 1999. – 624 p.
3. Стругацкий, А. Н. Пикник на обочине [Электронный ресурс] // А. Н. Стругацкий. – Донецк: Сталкер, 2007. URL: https://royallib.com/read/strugatskiy_arkadiy/piknik_na_obochine.html#0
4. Strugatsky, A. N. *Roadside Picnic*. [Electronic resource] // A. N. Strugatsky. – NY: Macmillan, 1977. URL: https://royallib.com/read/Strugatsky_Arkady/Roadside_Picnic.html#0

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Прохорова Л. П., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81-119

К ВОПРОСУ О ПРЕЦЕДЕНТНОМ ИМЕНИ КАК СПОСОБЕ РЕАЛИЗАЦИИ ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТИ В РОМАНЕ АНТОНИИ БАЙЕТТ «ДЕТСКАЯ КНИГА»

Полянская.В.Е.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

vera.polyanskaya.1998@mail.ru

В нашей статье мы рассмотрели использование прецедентного имени в романе Антонии Байетт «Детская книга». Также, мы подробно изучили, что такое интертекстуальность, и какие функции она может передавать прецедентному имени для реализации в тексте. С помощью подробного изучения всех функций, мы перешли к анализу всех имен в романе с дальнейшим объяснением их использования в произведении.

Ключевые слова: прецедентное имя, интертекстуальность, английская литература

THE QUESTION OF THE PRECEDENT NAME AS A WAY TO IMPLEMENT INTERTEXTUALITY IN THE NOVEL "CHILDREN'S BOOK" BY ANTONIA BAYETT

Polyanskaya. V. E

Kemerovo State University

In our article, we reviewed the use of a precedent name in the novel "Children's book" by Antonia Bayett. We also studied in detail what intertextuality is, and what functions it can pass to

402

the case name for implementation in the text. After a detailed study of all the functions, we went on to analyze all the names in the novel with a further explanation of their use in the work.

Keywords: precedent name, intertextuality, English literature

В настоящее время возросшей популярностью пользуется проблема интерпретации и рассмотрения прецедентного имени как способа реализации интертекстуальности в романах как отечественных, так и зарубежных авторов.

Подобный интерес в последние десятилетия является не случайным, при том что многочисленные примеры интертекстуальности известны ещё с незапамятных времён. Данному явлению поспособствовала доступность произведений искусства и массового образования, развитие средств массовой коммуникации и распространение массовой культуры. В результате мы можем наблюдать семиотики человеческой жизни и созданных им результатами культуры и искусства.

Именно прецедентное имя является объектом данного исследования.

Исходя из этого, целью работы является исследование прецедентных имен в художественной литературе как способа реализации интертекстуальности.

Выбор материала обуславливается высокой частотностью использования прецедентных имен как в отечественной, так и зарубежной литературе. Но в данной работе мы рассматриваем роман британской писательницы Антони Сьюзен Байетт.

Прецедентное имя - это «индивидуальное имя, связанное или с широко известным текстом (например, Печорин, Теркин), или с прецедентной ситуацией (например, Иван Сусанин, Стаханов). Это своего рода сложный знак, при употреблении которого в коммуникации осуществляется апелляция не к собственно денотату (в другой терминологии – референту), а к набору дифференциальных признаков данного прецедентного имени». [3]

Переходя к термину «интертекстуальность», следует отметить, что он был введён ещё в 1967 теоретиком постструктурализма Юлией Кристевой и представляет собой общее свойство текстов, выражающееся в наличие между ними связей, благодаря которым тексты (или их части) могут многими разнообразными способами явно или неявно ссылаться друг на друга. [2]

В свою очередь интертекстуальность имеет пять основных функций, реализующиеся через прецедентные имена в тексте: экспрессивная, апеллятивная, поэтическая, референтная и метатекстовая.

Читая роман Антони Байетт «Детская книга», можно встретить множество примеров имен, которые выполняют одну из функций интертекстуальности. Так, например, слова как *Norfolk* и *Bethnal Green*, которые читатель может увидеть на первых строчках произведения, с заложенной апеллятивной функцией, являются ссылками на реальные объекты человеческой деятельности. *Norfolk* - это неметропольное церемониальное графство на востоке Англии, *Bethnal Green* - парламентский избирательный округ Великобритании.

Кроме того, в произведении присутствуют названия предметов, которые являются некими ссылками к их первым владельцам или создателям, и снова они выполняют апеллятивную функцию. Словосочетание “*The Gloucester Candlestick*” переносит читателя к истории Собора Глостера между 1104 и 1113 годами.

Таким образом, в ходе исследования были выявлены некоторые примеры использования прецедентных имён, а затем рассмотрены как способы реализации интертекстуальности в романе Антони Байетт «Детская книга».

В качестве перспективы настоящего исследования работы предполагаем возможность рассмотреть все примеры использования прецедентных имён и проиллюстрировать их использование и выявить причину.

Литература и источники

1. Wyatt A. S. The Children's Book. 2009
2. Бахтин М. М., Вопросы литературы и эстетики М., 1975
3. Еременко Е. Г., Интертекстуальность, интертекст и основные интертекстуальные формы в литературе, Уральский филологический вестник, 2012
4. Захаренко И.В., Красных В.В., Гудков Д.Б. Русское культурное пространство: Лингвокультурологический словарь. М., 2004. Вып. 1.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Башкатова Ю.А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81

КАТЕГОРИЯ КОМИЧЕСКОГО В ИДИОСТИЛЕ МАРТИНА МАКДОНАХА

Усатова А. С.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

sgv32644@mail.ru

Актуальность данной работы обусловлена смещением гуманитарного запроса общества в плоскость черного юмора и объективной необходимостью осознать происходящие в конце XX-начале XXI вв. – постмодерн - мировоззренческие сдвиги. Как и в любую другую эпоху, труд описать процессы трансформации общества берут на себя философия, литература, театр и кино, СМИ.

Целью исследования является интертекстуальность как средство создания черного юмора. Собственно, интертекстуальность, категория юмора в целом и черного юмора в частности – мейнстрим междисциплинарных исследований. Несмотря на высокую востребованность пьес Макдонаха и внимание к ним театроведов, литературоведчески материал практически не изучен. Тем временем, драматургия Макдонаха представляется богатейшим материалом для исследования на литературном и языковом уровне. Статья посвящена определению актуальных подходов к категории комического в идиостиле Мартина Макдонаха.

В работе представлены: обзор эволюции изучения смеха и комического, историко-культурный контекст выделения «черного юмора» в самостоятельную категорию, предпосылки сепарации «ирландского юмора» и актуализации категории «интертекстуальность»; определено направление изучения интертекстуальности как средства создания «черного юмора» на материале пьес М.Макдонаха.

Ключевые слова: смех, комическое, «народная смеховая культура», комедия, трагедия, «черный юмор», ирландская литература, интертекстуальность.

CATEGORY OF COMIC IN MARTIN MCDONAGH'S IDIOSTYLE

Usatova A. S.

Kemerovo State University

The relevance of this work confirms the shift of the humanitarian request of society to the plane of black humor and the objective need to realize what is happening at the end of the 20th and beginning of the 21st centuries - postmodern - worldview shifts. As in any other era, philosophy, literature, theater and cinema, the media take on the work to describe the processes of transformation of society.

The aim of the study is intertextuality as a means of creating black humor. Actually, intertextuality, the category of humor in general and black humor in particular, is the mainstream of interdisciplinary research. Despite the high demand for McDonagh's plays and the attention of

theater scholars to them, literary material has hardly been studied. In the meantime, McDonagh's dramaturgy seems to be fertile material for research at the literary and linguistic level. The article is devoted to the definition of relevant approaches to the category of comic in the idiosyncrasy of Martin McDonagh.

The paper presents: a review of the evolution of the study of laughter and comic, the historical and cultural context of highlighting "black humor" in an independent category, the prerequisites for the separation of "Irish humor" and the actualization of the "intertextuality" category; the direction of the study of intertextuality as a means of creating "black humor" on the material of M. Macdonagh's plays is determined.

Key words: laugh, comic, culture of popular laughter, comedy, tragedy, "black humor", Irish literature, intertextuality.

Эволюция изучения смеха и комического придерживается посылу о неотделимости друг от друга этих категорий. Попытки описать комическое восходят к Аристотелю. Философ вводит понятие в систему эстетических категорий и дает наиболее полное определение. В «Поэтике» Аристотеля комическое - «...ошибка и уродство, но безболезненное и безвредное» [2, с. 650]. У Канта смех - «аффект от внезапного превращения напряженного ожидания в ничто» [6, с. 207]

Философский подход развивают И. Кант, Ф. Гегель в XVIII в., А. Шопенгауэр, Ф. Ницше, А. Бергсон, З. Фрейд, В.Г. Белинский и Н.Г. Чернышевский – в XIX в. В XX в. в России сформировались две теоретические школы. Первая трактует комическое как сатирическую, социально-критическую силу (Ю.Б.Борев), вторая – как амбивалентный феномен (М.М. Бахтин, А.М. Панченко, С.С. Аверинцев, В.Я. Пропп).

В работе «Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса» М.М.Бахтин уравнивает высокое и низкое, неразрывно связывает «верх» и «низ» через смех. Констатируя завершение процесса разложения народно-праздничного смеха к концу 18-началу 19 века, исследователь замечает: к этому времени оформились жанры смеховой культуры и сложились формы редуцированного смеха – юмор, ирония, сарказм и др.

Именно целостный подход М.М.Бахтина косвенно подтверждает Анри Бретон своей «Антологией черного юмора». Автор комментирует категорию «юмор» посредством обращения к гегелевскому понятию «объективного юмора» в соединении с трактовкой юмора Фрейдом (Я, сверх-Я и Оно – единство низа и верха). Концепт «черного юмора» оформляется Антологией, в состав которой включены произведения, не оставляющие сомнений в том, что «черный юмор исходит из самой глубины человеческого естества» [4, с. 83].

В Бостонском «Словаре мировых литературных терминов» черный юмор определяется как «юмор, обнаруживающий предмет своей забавы в опрокидывании моральных ценностей, вызывающих мрачную усмешку» [9, с. 350].

Колыбелью «черного юмора» стал сюрреализм – одно из самых плодотворных направлений в литературе и искусстве, активное развитие которого пришлось на 1920-60 гг. Ключевой посыл сюрреализма: жизнь бессмысленна. «Манифест сюрреализма» А. Бретона – заявка на поиск лучшей альтернативы убогой буржуазной реальности. Ключевыми инструментами сюрреализма стали аллюзии и парадоксальное смешение форм.

На наш взгляд, понимание «черного юмора» сюрреалистами ближе к бахтинской «народной смеховой культуре»; к «черному юмору» в полной мере применима цветаевская формула "Смеяться, когда нельзя": "Смеяться, когда нельзя" - переживание куда более острое, даже оргиастическое, нежели смеяться когда "можно", зная, что "можно". Чего смертным не дано, так это соединить и пережить одновременно – спокойное пользование дозволенным и тревожную остроту запретного..." [1, с. 342]; категория «черный юмор» поглощает, размывает критерии других смеховых вариаций - «юмор», «ирония», «сатира», «сарказм». Нюансы этих категорий теряют актуальность рядом с «шипением и взрывом» (Бретон) «мрачного юмора» (Фрейд).

В 1960-70 г.г. формируется концепт постмодерна – как ответ на кризис базовых общественных ценностей. На основе работы М.М.Бахтина «Поэтика Достоевского», структуралисты и постструктуралисты Ю. Кристева и Р. Барт, Ж. Деррида и Ж. Женнет разрабатывают теорию «интертекстуальности» - бесконечного взаимопроникновения текстов. Здесь пересекаются сюрреализм и постмодерн, давая почву для нового, как хорошо забытого старого.

В данном исследовании «интертекстуальность» понимается нами как «технология построения текста, зачастую мифопоэтическое нововведение и совокупный (реформаторский) художественный прием, играющий важную роль в структурировании нового текста, письма, обычно синтезировавшего в себе на формально-жанровом уровне элементы эпического и лирического нарратива со структурными элементами драмы в самом широком смысле слова» [5, с. 1].

Экзистенция и сюрреализм круто замешаны в «черный юмор» ранних пьес Макдонаха, сюрреализм и постмодерн – поздних.

Поскольку предметом данного исследования является драматургия Макдонаха, для нас существенно внимание Аристотеля к происхождению и развитию жанров комедии и трагедии из импровизации, «первая - от запевал дифирамба, а вторая - от запевал фаллических <...> песен» [1, с. 650]. При этом комедию Аристотель определяет как «воспроизведение худших людей, однако не в смысле полной порочности, но поскольку смешное есть часть безобразного: смешное — это некоторая ошибка и безобразие, никому не причиняющее страдания и ни для кого не пагубное» [2, с. 650]. Трагедия по Аристотелю – «подражание действию важному и законченному, имеющему определенный объем, (подражание) при помощи речи, в каждой из своих частей различно украшенной посредством действия, а не рассказа, совершающее благодаря состраданию и страху очищением подобных аффектов» [2, с. 651].

Сочетание речи и действия определяет традиционно высокую востребованность драмы у авторов и публики от Аристофана до наших дней, обеспечивает богатую почву для развития феномена «черного юмора». Автор заимствует жанр у предшественников – В. Шекспира, Дж.Г. Байрона, П.Б. Шелли, О. Уайльда, Б. Шоу, Дж. Голсуорси, Т.С. Элиот, Синга и др.

Английская драматургия в большей части характеризуется высокой социальной напряженностью и авангардностью в отражении запросов общества. Резкость в подходах обусловила появление в XVIII в. театральной цензуры. Англия в это время усиливает давление не только внутри страны, но и за ее пределами. Ощутимо страдает экономика, культура, язык Ирландии. «Попытка уничтожить ирландцев как нацию была обречена на провал в силу воли народа к борьбе и «огромной гибкости ирландской расы», которую отметил Ф. Энгельс: ирландцы «... чем больше усваивали английский язык и забывали свой собственный, тем больше становились ирландцами» (Архив Маркса и Энгельса, т. 10, 1948, с. 104)» [8, с. 1]. Творческая ассимиляция все же произошла. Ряд английских писателей и драматургов по происхождению – ирландцы: Дж. Свифт, Дж. Фаркер (один из первых драматургов), О. Голдсмит, Р. Шеридан, Л. Стерн, Т. Мур, Мария Эджворт, Б. Шоу.

В конце XIX в. Ирландии оформилось движение «Ирландское литературное возрождение», благодаря которому состоялся подъем ирландской драматургии. У.Б.Йетс, Дж. Синг, Ш.О. Кейси и другие драматурги приняли активное участие в создании «Ирландского литературного театра» и «Театра аббатства». В зависимости от успехов или поражений в противостоянии Ирландии с метрополией, движение - скрыто или открыто - опиралось на мотивы национально-освободительного движения.

Весь XX в. ирландская литература проводит в состоянии цензуры, теперь со стороны духовенства, и попытках осмысления судьбы страны. В драматургии мировую известность приобретает Б. Биэн, участник подпольного движения, автор пьес «Смертник» (1956) и «Заложник» (1958).

В «Антологии черного юмора» А. Бретона английские и ирландские авторы стоят рядом. Отталкиваясь от Антологии, Макдонах опирается как на национальный, так и наднациональный контур.

Являясь преемницей народной смеховой культуры и карнавала, категория «черный юмор» вобрала и сконцентрировала в себе социально табуированные темы. Драматургия Макдонаха включает в разной степени весь парк тематик: смерть, религия, межличностные отношения, физические недостатки, национальная принадлежность, политика, пьянство, военные, социальная жизнь, и др. Каждая пьеса Макдонаха – «постмодернистский интертекстуальный коллаж» [7, с. 114]. В пьесах Линэнской трилогии и драмах Аранских островов автор обращается к истории, культуре, литературе Ирландии и Великобритании, более поздние пьесы относятся к «драмам мира»: наднациональным, общечеловеческим болевым точкам.

В практической части работы мы рассмотрим типы интертекстуальных связей в пьесах Макдонаха по классификации Ж.Женетта, вместе с тем будем придерживаться семантической теории юмора В. Раскина и С. Аттардо, так как сюрреалистический парадокс – суть несоответствия, которое Раскин видит основным механизмом комического, его логической структурой.

Пьесы М. Макдонаха – богатый источник для исследования связей с наследием английской и мировой литературы и изучения элементов интертекстуальности.

Красной нитью проходит диалог с Библией. Коллекция фигурок святых в «Сиротливом западе»; выброшенный в море томик Библии в «Калеке с острова Инишман»; неуважаемая и неприкаянная фигура отца Уэлша, упоминаемая в «Сиротливом западе» и «Калеке с острова Инишман», сниженные указания на скабрёзное священство в «Лейтенанте с острова Инишмор» и тд. Лейтенант Пайдрайт – хладнокровный убийца, поднявший руку на отца, носит имя Святого Патрика (Падрайт – Патрик на гэльском языке). И вместе с тем, Пустозвон спасает жизнь Калеки Билли и молчит об этом (Библейский мотив «бросай добро в воду»), Калека Билли возвращается домой из Америки (Притча о блудном сыне), отец Уэлш кончает жизнь самоубийством, не в силах исправить поломку брэнного мира, но все же старается примирить братьев и наставить на путь истинный Гёлен, с которой искренен.

К мифологии восходят темы общности и разделенности, дисфункции в обществе и семье. Именно мифологическими видятся акценты, расставляемые посредством сцен жестокости и насилия. Мэг в «Красавице из Линэна» пассивно агрессивует в адрес дочери, которая убивает ее в финале; сын в «Сиротливом западе» стреляет в отца за шутку о новой стрижке, ходят слухи о том, что кладбищенский работник в Каннемаре убил свою жену; Лейтенант с острова Инишмор – отморозок, перестрелявший односельчан-отморозков. Коллекция жестоких сцен мать/дочь, мать/сын, отец/сын, сын/отец выглядит как наказание: Боги не были милостивы к детям, пришла большая жатва.

Красной нитью проходят аллюзии на мрачные сказки Андерсена и братьев Гримм. У сказки частично заимствованы схемы и система персонажей. За исключением счастливого конца. «Красавица из Линэна» почти новая Золушка. «Калека с острова Инишман» попытал счастья за морем и его поцеловала принцесса. Чуда не случилось: он все равно умрет. Братья из «Сиротливого Запада» чуть было не примирились. Катурян из «Человека-подушки» пишет сказки. Около 500 кровавых сказок в жанре Хоррор, из которых лишь одна не является сценарием для ужастика. Последняя пьеса – «Очень-очень-очень темная материя» напрямую отсылает читателя к сказке Андерсена «Тень». Нельзя не «прочитать» аллюзию на «Алису в стране чудес» Л. Кэрролла: слишком ярко выглядит единственный у Макдонаха эпиграф, слишком крупно выделен в ткани пьесы «Лейтенант с острова Инишмор» черный кот, как ни в чем не бывало вернувшийся по месту прописки к самому концу резни.

Много Шекспира: заимствование жанра, сюжетов и способа организации внутренней интертекстуальности (общие персонажи в пьесах «Ричард II». «Генри IV», «Генри V» и

«Виндзорские насмешницы»). Атрибутированные ссылки на Дж. М. Синга: «Удалой молодец – гордость Запада» – претекст пьесы «Сиротливый Запад», Г. Пинтера: «Возвращение домой» – претекст «Красавицы из Линэна». Мотивы Ф. Кафки, О. Брайена, С. Беккета, Б.-М.Кольтеса «Роберто Зукко» и др.

В ранних циклах действует общая для разных пьес инфраструктура, организуя внутреннюю интертекстуальность: герои «Череп из Каннемары» рассуждают о персонажах из «Красавицы из Линэна», герои «Сиротливого запада» принимают участие в поминках героя «Череп из Каннемары», героини «Красавицы из Линэна» сплетничают о героях «Сиротливого Запада» и тд.

Герои Макдонаха живут среди меток времени – локаций и торговых марок, включены в единую медиа-среду: смотрят узнаваемые теле-шоу и сериалы, ждут новости, ходят в кино, читают прессу – английскую, американскую, австралийскую, а из доморощенных СМИ – сарафанное радио и Джимми Потинмак. Макдонах создает матрицу абсурда, понятную на всех континентах.

Интертекстуальность в пьесах Макдонаха многослойна. При очевидной экономии стиля автору удается накалить сюжет и максимально наполнить его смыслами и красками. Именно интертекстуальные связи являются одним из основных средств создания «черного юмора», залогом успеха драматурга и позволяет пьесам сохранять актуальность на острие времени.

Литература и источники

1. Аверинцев, С. С. Бахтин и русское отношение к смеху. От мифа к литературе: Сборник в честь 75-летия Е. М. Мелетинского. / С. С. Аверинцев. – М., 1993. – с. 341-345
2. Аристотель. Сочинения в четырех томах. Том 4. – М.: Мысль, 1983. – 832 с.
3. Бахтин, М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса / М. М. Бахтин. – М.: Эксмо, 2015. – 640 с.
4. Бретон, А. Психопаты шутят. Антология черного юмора / А. Бретон – М.: Алгоритм, 2018. – 384 с.
5. Жужгина-Аллахвердян, Т. Н. Интертекст и множественность интертекстуальных кодов в художественном тексте [Электронный ресурс] // Режим доступа <https://www.proza.ru/2017/07/23/1204> (дата обращения 18.03.2020)
6. Кант, И. Критика способности суждения. Пер. с нем. / И. Кант – М.: Искусство, 1994. – 367 с. – (История эстетики в памятниках и документах).
7. Мамонова, Е. Ю. Транстекстуальность научного дискурса: перевод книги П. Лонергана «Театр и фильмы Мартина Макдонаха» на русский язык [Электронный ресурс] // Режим доступа <https://cyberleninka.ru/article/n/transtekstualnost-nauchnogo-diskursa-perevod-knigi-p-lonergana-teatr-i-filmy-martina-makdonaha-na-russkiy-yazyk> (дата обращения 18.03.2020)
8. Саруханян, А. П. Ирландская литература [Электронный ресурс] // Режим доступа <http://17v-euro-lit.niv.ru/17v-euro-lit/articles/irlandiya/saruhanyan-irlandskaya-literatura.htm> (дата обращения 18.03.2020)
9. Dictionary of World Literary Terms. J.T. Shipley – Boston: The Writer, 1970. – 260 p.
10. Martin Mcdonagh. A Skull in Connemara. — London: Methuen Drama, 1997.
11. Martin Mcdonagh. A Very Very Very Dark Matter. — London: Faber, 2018.
12. Martin Mcdonagh. The Beauty Queen of Leenane. — London: Methuen Drama, 1996.
13. Martin Mcdonagh. The Cripple of Inishmaan. — London: Methuen Drama, 1997.
14. Martin Mcdonagh. The Lieutenant of Inishmore. — London: Methuen Drama, 2001.
15. Martin Mcdonagh. The Lonesome West. — London: Methuen Drama, 1997.

Научный руководитель – канд. филол. наук., доцент Прохорова Л. П., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 811'1

**РЕАЛИЗАЦИЯ ПОЛИЖАНРОВОСТИ В РОМАНЕ ДЭВИДА МИТЧЕЛЛА
"ОБЛАЧНЫЙ АТЛАС"**

Хорешок П.В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

p.khoreshok@mail.ru

Статья посвящена исследованию жанрового многообразия романа «Облачный атлас» современного английского писателя Дэвида Митчелла. Отличительной особенностью литературного стиля Митчелла является исторический фон повествования и множество героев. В творчестве Д. Митчелла присутствуют постмодернистские традиции, а именно неоднородность и фрагментарность текста, что находит свое отражение и в «Облачном атласе». Было отмечено, что жанровая неоднородность присутствует в самой структуре романа: он состоит из шести глав, описывающих события, происходящие в разное время и в разных местах. При анализе основной фокус был сделан на лексические единицы и реконструкции хронотопов, которые демонстрируют характеристики соответствующих литературных жанров. Части романа были рассмотрены как взаимосвязанные единицы, функционирующие в целостной структуре, что позволяет говорить о полижанровой природе «Облачного атласа». Эта целостность коррелирует с сюжетной линией романа и целью писателя показать, как разные люди оказываются связаны во времени и пространстве. В результате были выделены викторианский приключенческий жанр, эпистолярный жанр, мемуары и антиутопия. Сделан вывод о полижанровости, как о способе раскрытия замысла автора.

Ключевые слова: полижанровость, постмодернизм, викторианская традиция, дневник, антиутопия, Облачный атлас, Дэвид Митчелл.

**REALIZATION OF POLYGENRE NATURE IN THE DAVID MITCHELL'S "CLOUD
ATLAS"**

Khoreshok P.V.

Kemerovo State University

The article is devoted to the study of the genre diversity of the novel "Cloud Atlas" written by contemporary English writer David Mitchell. A distinctive feature of Mitchell's literary style is the historical background of the narrative and the variety of characters. In the work of David Mitchell postmodernist traditions can be seen, namely the heterogeneity and fragmentation of the text, which is reflected in the "Cloud Atlas" as well. It was noted that the heterogeneity is present in the very structure of the novel: it consists of six chapters that describe events that take place at different times and in different places. The main focus of the analysis was on lexical units and reconstructions of chronotopes, that demonstrate the characteristics of the corresponding literary genres. Parts of the novel are considered as interconnected units, functioning in an integral structure, which allows us to speak about the poly-genre nature of "Cloud Atlas". This integrity correlates with the novel's storyline and the writer's goal of showing how different people are connected in time and space. As a result, the Victorian adventure genre, epistolary genre, memoirs and dystopia were distinguished. The conclusion about polygenre nature as a way to reveal the author's idea was made.

Keywords: poly-genre nature, postmodernism, Victorian novel, diary, dystopia, Cloud Atlas, David Mitchell.

Английский писатель Дэвид Митчелл завоевал популярность и уважение литературного сообщества. Дважды его романы были включены в шортлист Букеровской премии. В 2016

году Д. Митчелл стал участником арт-проекта «Библиотека будущего», в рамках которого ежегодно в течение века отбирается один из крупных писателей современности, который передает проекту свой новый роман для печати в XXII веке. Таким образом, произведения Д. Митчелла имеют большую ценность в культуре современного мира. Как писателя XXI века, его творчество можно отнести к постмодернизму, что, однако, ставится под сомнение в критической статье «The New Yorker»: «He seems to have more stories than he quite knows what to do with, and he ranges across a remarkable variety of genres — conventional historical fiction, dystopian sci-fi, literary farce. The jacket copy of “Cloud Atlas” calls Mitchell a “postmodern visionary.” This is true enough, but one is struck by the gestural nature of Mitchell’s postmodernism. Mitchell is obsessed with eternal recurrence, and reprises earlier allusions and motifs in each book» [1]. Постмодернизм можно рассматривать как определенную стадию развития культуры. Результатом ее стала невозможность говорить о творческом процессе как о чем-то оригинальном, порождающем новый смысл. Поэтому писатель теперь живет с ощущением, что «все слова уже сказаны», что вынуждает его переориентироваться на компиляцию, цитирование, эстетический эклектизм [2]. Как заметил У. Эко «каждая книга говорит только о других книгах и состоит только из других книг» [3]. М. Липовецкий отмечает следующие черты посмодернистских произведений: интертекстуальность, игра, диалогизм, диалог с хаосом [4]. Поскольку творчество Д. Митчелла нельзя с точностью отнести к постмодернизму, принято говорить о постмодернистских чертах идиостиля писателя. Под термином «идиостиль» в данном случае понимается система лингвистических характеристик, присущих произведениям автора, с чьей помощью воплощенный в этих произведениях авторский способ языкового выражения становится очевидным [5].

Главной постмодернистской чертой идиостиля Д. Митчелла, реализующейся, в частности, в его романе «Облачный атлас», можно назвать полижанровость или диалогичность (по М. Липовецкому). Полижанровость современного романа объединяет контрастные формы, преобразуя их в цельное произведение, и становится частным случаем проявления полистилистики [6]. Затруднения в определении жанровой принадлежности романа «Облачный атлас» связаны с его структурой: для него характерна фрагментарность повествования. Она выражается в том, что роман состоит из шести историй, главный герой каждой из которых связан с героем предыдущей. Каждая из историй описывает события в разных временных промежутках, а следовательно стиль каждой части соответствует стилю конкретной литературной эпохи. Роман переносит читателя из дневника середины XIX века в серию писем, написанных в Европе в 1930-х годах, затем в Америку 1975 года и современный Лондон, заканчивая антиутопией XXII века и пост-апокалиптическим племенным миром. Д. Митчелл ставил своей целью показать развитие человеческой цивилизации, для чего необходимо было использовать разный литературный язык, который отличается от эпохи к эпохе. Наличие разных хронотопов обязывает автора менять исторический фон, а следовательно, и жанр повествования. Рассмотрим несколько показательных примеров.

Первая часть романа – «The Pacific Journal of Adam Ewing» – рассказывает историю Адама Юинга. При написании этой части Д. Митчелл прибегнул к жанровой стилизации, а именно к «намеренному построению художественного повествования в соответствии с принципами организации языкового материала и характерными речевыми приемами, присущими конкретному литературному жанру» [7]. По мнению Э. Хо, «Тихоокеанский дневник Адама Юинга» имитирует характерный для викторианской литературы жанр приключенческого романа [8]. В записях можно встретить устаревшие выражения, характерные для XIX века: *shall; grant me satisfaction; to wit*. Кроме того, концепцию времени создает использование лексики, содержащей в себе определенные культурные коды. В XIX веке Британская империя была влиятельной морской державой, это подтверждают следующие цитаты: «*If there be any eyrie so desolate, or isle so remote, that one may there resort unchallenged by an Englishman*», «*From the colony he will seek a position*

aboard a passenger ship for his native London». Также упоминается актуальная для того времени тема веры: *«Its denomination, therefore, is a “rattle bag” of Christian creeds. Biblical passages were read by that half of the congregation who know their letters & we joined in a hymn or two nominated by rota*». Согласно И. Кабановой, «в викторианскую эпоху религиозность, сентиментальность и добрые намерения уживались с проявлениями вопиющего социального неравенства и жестокости», что можно увидеть и в сюжете «Тихоокеанского дневника» [9]. Для викторианского романа также характерна фрагментарность, которая проявляется в этой части благодаря датировке. Однако она не всегда последовательна, иногда в повествовании пропадали дни, а иногда день разбивался на части: *Night, Evening*. При стилизации автор помимо лексических средств использовал и графические: шрифт воссоздает написание от руки, что в совокупности служит созданию аутентичности текста.

Вторая часть – «*Letters from Zedelghem*», написанная в эпистолярном жанре, повествует о музыканте Роберте Фробишере. Здесь читателю не представлены ответы адресата, однако письма героя достаточно подробные, подобны дневнику. Поэтому можно сделать вывод, что особенности эпистолярного жанра в данном контексте в основном совпадают с особенностями дневникового повествования. Так Р. Нордквист пишет, что дневниковая запись – это письмо будущему себе [10]. Данная часть в целом соответствует критериям дневника: регулярность ведения записей, их связь с недавно прошедшими событиями, спонтанный характер, искренность. Письма пишутся героем регулярно, каждое из них имеет точную датировку и место: *«CHÂTEAU ZEDELGHEM, NEERBEKE, WEST VLAANDEREN 29TH-VI-1931»*. В письмах герой рассказывает о произошедших событиях, что дает тесную связь с реальностью. Повествование насыщено личными впечатлениями героя: *«Will admit, I was thinking Belgium was a b. stupid country to run away to. Bought a ticket for Bruges and hauled myself aboard the next train—no platforms, can you believe it? — a decrepit, empty train»*.

В четвертой части романа – «*The Ghastly Ordeal of Timothy Cavendish*» – проявляются похожие характеристики, поскольку она написана от лица главного героя – писателя и редактора Тимоти Кавендиша. Герой вспоминает свое прошлое и пишет мемуары, поэтому в повествовании преобладают формы прошедшего времени: *«I strolled along a Greenwich avenue of mature chestnuts and mock oranges in a state of grace»*. По мнению А. Подгорского «мемуары неразрывно связаны с процессом воспоминания, реконструкцией прошедших событий, редактированием текста, тогда как автор дневника сосредоточен на настоящем» [11]. Подтверждение этой мысли можно найти в тексте: *«I make no apology, however, for (re)starting my own narrative with my version of that shocking affair»*. Герой признается в том, что может недостоверно записывать мысли, поскольку у него есть время переосмыслить случившееся, а также потому, что он хочет показать себя в лучшем свете.

Рассмотрим две последние части романа вместе, поскольку они представляют собой мир далекого будущего. Мир в «*Оризон Сонми-451*» соответствует чертам антиутопии как разновидности научной фантастики. С. Шишкина характеризует антиутопию как «интертекстуальный литературный жанр, дискурс которого отличается своеобразно смоделированным хронотопом и направлен на выяснение соотношений внутри триады «человек – цивилизация – общество» с отрицанием возможности реализации утопических идеалов при условии нарушения баланса и гармонии между социумом и его нравственным наполнением» [12]. Действие пятой части происходит в вымышленном государстве будущего: *«But as the Boardman’s anthem says, Nea So Copros is the world’s only rising sun! Pre-Skirmish East Asia was the same chaos of sickly democracies, democidal autocracies, and rampant deadlands that the rest of the world still is! If the Juche had not unified and cordonized the region, we would have backslid to barbarism with the rest of the globe!»*. Также для жанра антиутопии характерно использование окказионализмов, создающих неповторимое пространство. В этих двух частях присутствуют новые вымышленные топонимы: *Nea So Copros, Sloosha, Chongmyo Plaza, Waipio River*. Многие изменения, произошедшие в описываемых обществах, автор показал через изменения в языке. В качестве базы был взят

современный английский язык с некоторыми изменениями. Например, редуцирование гласных, выпадение первых слогов: *xtract, trekkin', evenin', we din't camo*.

Итак, в романе «Облачный атлас» находят воплощение разные жанры. В романе присутствуют элементы викторианской традиции, эпистолярного жанра, мемуаров и жанра антиутопии. Каждая из частей романа обладает необходимыми признаками, служащими главной цели автора, а именно отображению цельной картины жизни и развития человечества, взаимосвязи людей на планете и во времени. Истории, рассказанные в романе «Облачный атлас», не обособлены. События в одной части влияют на происходящее в следующей. Таким образом, можно говорить о романе Д. Митчелла как о примере полижанрового романа.

Литература и источники

1. Wood. J. The Floating Library. The New Yorker. URL: <http://www.newyorker.com/magazine/2010/07/05/the-floating-library> (дата обращения: 20.03.2020).
2. Прохорова Т.Г. Постмодернизм в русской прозе: Учебное пособие. - Казань: Казан. гос.ун., 2005. – 96 с.
3. Эко У. Заметки на полях «Имени розы» // Иностр. лит.- 1988.- No10.
4. Липовецкий М.Н. Русский постмодернизм. Очерки исторической поэтики. Екатеринбург, 1997. С. 54.
5. Золян С.Т. От описания идиолекта – к грамматике идиостиля / С.Т. Золян// Язык русской поэзии XX в.: сб. научных трудов. – Москва, 1989. – 91 с.
6. Пестерев В.А. Постмодернизм и поэтика романа. Историко-литературные аспекты. – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2001. – 40 с.
7. Бельчиков Ю. А. Стилизация / Ю. А. Бельчиков // Лингвистический энциклопедический словарь. – Москва : Советская энциклопедия, 1990. –С. 492.
8. Но, Е. Neo-Victorianism and the Memory of Empire. New York: Continuum, 2012.
9. Кабанова И.В. Викторианский роман в Англии: «Оливер твист» Ч. Диккенса // Кабанова И.В. зарубежная литература. М.: Лицей, 2002. 272 с.
10. Nordquist R. What is a Diary? URL: <https://www.thoughtco.com/diary-composition-term-1690390> (дата обращения: 3.03.2020)
11. Подгорский А.В. Жанр дневника в английской литературе эпохи Реставрации: автореф. дис. ...д-ра филол. наук. Екатеринбург, 1998.
12. Шишкина С. Г. Литературная антиутопия: к вопросу о границах жанра// Вестник ИГХТУ. 2007. Вып. 5.

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ

УДК 811.111

РЕЧЕВОЙ ПОРТРЕТ ЧЛЕНА ЖЮРИ ШОУ “THE VOICE”

Алфеева Е.В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

elen.alfea@gmail.com

Статья посвящена проблематике формирования речевого портрета на основе речевого поведения людей, связанных одной профессиональной деятельностью. Несмотря на ясность понятия речевого портрета и его сущности, некоторые аспекты до сих пор не исследованы, как то: связи этого понятия с поведенческой деятельностью собеседника, зависимости особенностей профессии и лексикона, специфики речи. Умение формулировать тенденции речевого поведения нескольких человек и комбинировать их в одну требует обширных познаний в области языкознания и лингвистики, а также умений классифицировать полученные знания в соответствии с определёнными системами и моделями, которые помогут точнее понять суть речевого портрета личности. В данной статье рассматривается сущность понятия «речевой портрет», его различные интерпретации, а также один из способов составления речевого портрета члена жюри музыкального шоу “The Voice”, составленный по модели исследования речевого портрета личности Ю.Н. Караулова.

Ключевые слова: речевой портрет, речевое поведение, языковая личность, язык, лексикон, тезаурус, прагматикон.

SPEECH PORTRAIT OF THE JURY MEMBER OF “THE VOICE” SHOW

Alfeeva E.V.

Kemerovo State University

The article is devoted to the problem of forming a speech portrait based on the behavior of people associated with one professional activity. Despite the clarity of the concept of speech portrait and its essence, some aspects still remain unknown, such as the relationship of this concept with the behavioral activity of the interlocutor, the dependence of the features of the profession and lexicon, the specifics of speech. The ability to formulate trends in the speech behavior of several people and combine them into one trend requires extensive knowledge of linguistics, as well as the ability to classify the knowledge obtained in accordance with certain systems and models that will help understand the essence of the speech portrait. This article focuses on the notion of speech portrait, its various interpretations, and one of the ways to represent the speech portrait of a jury member of the musical show "The Voice", based on the model of speech portrait by Yu. Karaulov.

Key words: speech portrait, speech behavior, language personality, language, lexicon, thesaurus, pragmation

Понятие речевого портрета появилось примерно в середине XX века, когда в мире стали больше задумываться о том, как говорит человек и как его речь зависит от различных аспектов.

Первые исследования речи как компонента личности касались диалектологии, ведь именно она показывает то, насколько человеческая речь подвергается влиянию жизни в той

или иной части мира, континента или даже страны. Также важно учитывать то, как во время монологов и диалогов человек задействуют свой лексикон, различные выражения, сленг, профессионализмы, термины и т.п., – это помогает точнее определить эмоцию и посыл сообщения. Поэтому важно рассматривать речь не только с той точки зрения, что человек говорит, но и с той, как он говорит.

Для дальнейшего исследования необходимо определить, что такое речевой портрет. Ю.Н. Караулов стал основным двигателем науки в области языкознания и исследования языковой личности. Он определял языковую личность как «совокупность способностей и характеристик человека, обуславливающих создание и восприятие им речевых произведений, которые различаются степенью структурно-языковой сложности, глубиной и точностью отражения действительности, определённой целевой направленностью» [1].

Г.Г. Матвеева понимает под речевым портретом «набор речевых предпочтений говорящего в конкретных обстоятельствах для актуализации определённых намерений и стратегий воздействия на слушающего» [2].

Как можно увидеть, разные авторы формулируют этот термин по-разному, но если обозначить единый корень, то становится понятно, что речевой портрет – это, в общем и целом, отражённая в своей речевой деятельности языковая личность, обладающая собственной спецификой. Но, несмотря на то, что каждый человек индивидуален и обладает набором определённых, свойственных лишь ему черт, наука выделяет, прежде всего, те, которые несут в себе признаки групповой. Таким образом, речевой портрет личности в вербальном и невербальном плане должен определяться теми свойствами личности, которые имеют групповой характер. Если к вербальным можно отнести общие группы слов, то к невербальным – пол, возраст, место жительства и профессию. Для нашего исследования главное место занимает профессия, так как работа полностью посвящена профессиональному роду деятельности вокальных тренеров шоу, поэтому остальные три пункта будут иметь наименьший интерес.

Проблема определения универсального речевого портрета, прежде всего, определяется частными особенностями личности, но, тем не менее, специфические языковые и неязыковые единицы выделить вполне реально.

За основу языкового аспекта речи мы решили взять модель исследования речевого портрета личности Ю.Н. Караулова. Она включает в себя следующие уровни:

1. Лексикон – набор слов, которыми владеет личность; в них входят различного типа словоформы, морфемы, слова и синтаксические единицы;
2. Тезаурус – специальная терминология определённой дисциплины. В него входят метафоры, каламбуры, фразеологизмы и т. п.;
3. Прагматикон – набор представлений, регламентирующих выбор единиц языка, определяющих уместность использования данного знака в конкретной ситуации [1].

За основу неязыкового аспекта речи было решено взять ранее указанный пункт «профессия». Она наиболее точным образом в сочетании с невербальными средствами общения поможет определить универсалии речевого портрета члена жюри шоу “The Voice”

Шоу “The Voice” предполагает оценивание участников членами жюри с помощью языковых и неязыковых средств, которые впоследствии и станут основой для составления речевого портрета. За основу для изучения языковых и неязыковых средств речи было решено взять видеоматериалы с официального сайта данного музыкального проекта [3].

Зачастую в задействованных видеоматериалах члены жюри, с целью оценить участника и ситуацию, происходящую на шоу в целом, употребляют разного рода типы предложений – вопросительные, восклицательные и повествовательные, в которых так или иначе используют прилагательные и/или междометия, которые придают речи эмоциональный оттенок, что составляет основную лексическую базу:

“*Strong though, isn’t she?*”(пример вопросительного предложения; даёт оценку голосу и внешней уверенности участника, вызывая этим ответную реакцию у других членов жюри) [4]. “*She was always confident when singing*” (пример повествовательного предложения;

помогает другим членам жюри оценить участника) [4]. “*Oh my God, this girl’s amazing!*” (пример восклицательного предложения; помогает чётко понять восторг тренера) [4]. “*I chose Ellie because she’s an incredible singer*” (пример повествовательного предложения; даёт оценку помощнику тренера) [5]. Повествовательные предложения чаще всего преобладают в речи, так как тренер большую часть монолога/диалога строит на убеждении участника пойти в его команду (это также подкрепляется наречиями “*truly*”, “*really*” и подобных), а также на ответном слове другим членам жюри. Так, зачастую интенция состоит именно в повествовании, тогда как вопросы и восклицания остаются на периферии.

Для того чтобы продемонстрировать тезаурус члена жюри, можно проследить в речи наличие профессионализмов, что предполагает использование терминов, свойственных шоу:

“*She’s an accomplished musician, accomplished singer*” [4]; “*Jessie is an awesome mentor for the contestants*” [4]; “*I love the air in your voice, I love the quality of your voice*” [6]; “*Don’t get me wrong, but do you want a mama or a mentor?*” [6]; “*She’s a crappy coach but a perfect woman*” [6]; “*When he auditioned last season, my team was already full*” [6]

Также в речи встречаются особые речевые единицы, которые подчёркивают эмоциональное состояние наставника, его переживания, восторг, а также подчёркивает чувство юмора:

“*I can’t just change my mind, you know, just can’t change horses in the middle of the stream*” (фразеологизм) [7], “*I know how difficult it is to sing like that. And when you were in the high, I was like ‘Boom, hi!’*” (парономазия) [8], “*You are a seal in these shoes*” (метафора) [9], “*And I’m speaking from the bottom of my heart*” (идиома) [6], “*She understands that, I overstand that*” (игра слов) [6].

Прагматикон, как можно понять, у члена жюри один: добиться того, чтобы в команде оказались лучшие из лучших, которые в конечном итоге займут первое место на шоу. Это – цель всего как представления, так и участника и наставника.

Таким образом, можно проследить выявленные нами аспекты у каждого члена жюри, что говорит о том, что образ может стать собирательным, коллективным, что именно таков речевой портрет члена жюри шоу “*The Voice*”.

Литература и источники

1. Караулов, Ю., Русский язык и языковая личность [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://docplayer.ru/45355352-Russkiy-yazyk-i-yazykovaya-lichnost-yu-n-karaulov.html>
2. Matveeva, G. SPEECH HABIT AS BASIS OF SPEAKER’S SPEECH PORTRAIT [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://l.jvolsu.com/index.php/ru/component/attachments/download/1439>
3. Официальный канал The Voice Global – <https://www.youtube.com/channel/UCJYtYkiGldqX6Ne938j-k2g>
4. <https://www.youtube.com/watch?v=sONnkTZj9rM&t=842>
5. <https://www.youtube.com/watch?v=lLXU76XGfh0>
6. <https://www.youtube.com/watch?v=CMJh5eoTZmw>
7. <https://www.youtube.com/watch?v=F4m0RbTvSxc>
8. <https://www.youtube.com/watch?v=fq4GcRLoggI>
9. https://www.youtube.com/watch?time_continue=30&v=lror0EIEORo

Научный руководитель - канд. филол. наук, доц. Ермолаева Е.Н., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

**МАНИПУЛЯТИВНЫЕ ПРИЕМЫ ВЕРБАЛЬНОГО
ПОВЕДЕНИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ
(на материале публичных выступлений Д. Трампа и Б. Джонсона)**

Доценко А.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский Государственный университет»

dotsenkoanechka125@gmail.com

В работе освещается круг вопросов, связанных с особенностями политического дискурса и средствами актуализации манипулятивной прагматики в публичных выступлениях лидеров США и Великобритании. Политический процесс, в любых его разновидностях и форматах, включает такую важнейшую составляющую, как политическая коммуникация, риторика которой имеет свои особенности. Выдающейся чертой политического дискурса и политической коммуникации является использование манипулятивных приемов вербального и невербального характера. Настоящее исследование посвящено изучению манипулятивной прагматики устного дискурса и анализу наиболее частотных и значимых вербальных выразительных средств, используемых двумя политиками в публичных речах. В результате исследования выявлено, что лидеры прибегают к использованию вариативных языковых и лингвостилистических средств, которые в работе подлежали систематизации на лексическом, грамматическом и фонетическом уровнях языка. Идентифицированные средства направлены на привлечение и удержание внимания публики, что позволяет адресанту осуществлять эффективный процесс политической коммуникации.

Ключевые слова: политический дискурс, манипулятивные приемы, вербальная коммуникация, риторика, лингвостилистические средства выразительности, уровни языка.

**MANIPULATIVE TECHNIQUES OF VERBAL
BEHAVIOUR IN THE ENGLISH POLITICAL DISCOURSE
(based on public speeches of D. Trump and B. Johnson)**

Dotsenko A.A.

Kemerovo State University

The article is devoted to a range of issues related to the features of the political discourse and the means of updating manipulative pragmatics in public speeches presented by the leaders of the United States and Great Britain. The political process in all its varieties and formats, includes such an important constituent as political communication, the rhetoric of which has its own characteristics. A peculiar feature of political discourse and political communication is use of manipulative techniques of a verbal and non-verbal nature. The paper discusses the study of the manipulative pragmatics of oral discourse and the analysis of the most frequent and significant verbal expressive means used by the two politicians in their public speeches. The conclusion runs that the leaders use varied linguistic and linguo-stylistic means which were grouped on the lexical, grammatical and phonetic levels of the language. The identified means aim at attracting and retaining the public attention, which allows the addressee to carry out an effective process of political communication.

Key words: political discourse, manipulative techniques, verbal communication, rhetoric, linguo-stylistic means of expression, language levels.

В современном мире происходит все большее обострение геополитических процессов. Представители и лидеры того или иного государства на мировых симпозиумах и конференциях защищают суверенитет своей страны, отстаивают честь и достоинство граждан, а также стремятся продемонстрировать всю мощь подготовленных сил в случае возникновения какой-либо чрезвычайной ситуации.

Представляется, что в таких условиях достаточно сложно устанавливать конструктивные политические отношения. В связи с этим возрастает важность и актуальность исследования

политического дискурса, поскольку именно он характеризует сумму речевых произведений в контексте политической деятельности, что определяет участников политической дискуссии и задает целевую установку политической коммуникации [1]. Так, процесс презентации доклада о вопросах политики, либо обсуждение лидерами стран важного вопроса – в общем совокупность формальных и неформальных речевых актов в обществе, которые так или иначе влияют на дальнейшее развитие политики и межгосударственных контактов, – составляют ситуацию политической коммуникации [2]. Для того, чтобы состоялся успешный обмен информацией, для глав государств создаются специальные политические речи, которые отличаются особой выразительностью, спецификой изложения материала и, в частности, прагматически окрашенной риторикой. Такие речи, безусловно, влияют на аудиторию слушателей и побуждают ее доверять выступающему оратору. А любое «влияние на политическое сознание с целью формирования определенного вида политического поведения» называется политической манипуляцией [3].

Поскольку в данном фрагменте исследования рассматриваются манипулятивные приемы вербального поведения, следует отметить, что сюда входит широкий репертуар изобразительно-выразительных средств языка. Эти девайсы изучаются достаточно молодой областью языкознания – лингвопрагматикой, или лингвостилистикой, которая рассматривает языковые средства, их свойства, закономерности речи, используемые политическими деятелями с целью воздействия на сознание аудитории слушателей и их поведение [4]. Вслед за автором М. Н. Ковешниковой [5], представим приемы речевого манипулирования в англоязычном политическом дискурсе по уровням языка и рассмотрим фигуры речи на лексическом, грамматическом и фонетическом уровнях.

Эмпирический материал для анализа вербальных средств манипулирования почерпнут из публичных речей президента Соединенных Штатов Америки Д. Трампа и премьер-министра Соединенного Королевства Б. Джонсона (2019-2020 гг.). Отметим, что очерченная классификация не включает графический уровень языка, поскольку исследуемые выступления изучались в формате устного дискурса.

На лексическом уровне вербальные манипулятивные приемы особенно ярко представлены явлением синонимии. Так, политический дискурс Д. Трампа богат контекстуальными синонимами: *“I have the immense privilege of addressing you today as the elected leader of a nation that prizes liberty, independence, and self-government above all.”* Здесь релевантные единицы имеют положительную коннотацию и вдохновляют слушателей. Однако в предложении *“Israel is a malignant cancerous tumor...that has to be removed and eradicated...”* однородные синонимичные сказуемые, наоборот, эксплицируют отрицательный настрой президента, который передается глаголами с пейоративной коннотацией.

Коллега президента, Б. Джонсон также прибегает к использованию синонимов в процессе коммуникации: *“At stake is whether we bequeath an Orwellian world, designed for ensorship, repression and control...”* – дифференциальные семы данных синонимов подчеркивают широкий охват сфер действительности, где бы господствовали жесткие меры контроля: эти слова премьер-министра заставляют аудиторию задуматься, о таком ли мире мечтают присутствующие в зале.

Частотным манипулятивным стилистическим приемом политиков является метафора. Выборка свидетельствует, что у Трампа данный троп чаще отражает его негативное отношение к происходящему: *“Not only is Iran the world’s number one state sponsor of terrorism...” // “Israel is a malignant cancerous tumor...”*. У Джонсона метафоры более яркие, эмоциональные и экспрессивные, передают гипотетические предположения, сострадание/ сожаление или победу в том или ином деле: *“If parliament were a laptop... If parliament were a school... If parliament were a reality TV show...” // “I know that some of you may have been mildly peppered with abuse on the way in...” // “It was because we cleared up the wreckage they left behind that we now have record employment...”*

Также в речах премьер-министра привлекательны олицетворения, которые приправлены иронией: “...*your mattress will monitor your nightmares; your fridge will beep for more cheese; your smart meter will go hustling...*”. Такая презентация серьезных насущных проблем разряжает обстановку, располагает аудиторию к лидеру консерваторов, но также подчеркивает актуальность вопроса, побуждает всех политических деятелей начать обдумывать способы и методы решения проблемы.

Отметим также наличие эпитетов в дискурсе политиков, поскольку они способствуют лаконичной и точной передаче прагматики высказывания: *magnificent, beloved, decisive, tremendous, grave (D. Trump)*. Ср.: *round-the-clock, faithful, indescribable, heartless, wondrously (B. Johnson)*.

Представляется, что политики активно в своей риторике используют такой экспрессивный ресурс, как фразеология, что свидетельствует о его уважительном отношении к историческому фонду родного языка и умении применять различные коммуникативные регистры в процессе общения с представителями разных социальных групп: *the pizza heel of doom, come what may, burst with praise, I am a bit of a bus nut (B. Johnson)* // *Under lock and key, blow out of the water, to cut the red tape, smack in the face (D. Trump)*.

На грамматическом уровне интерес представляет употребление времен. Так, премьер-министр Великобритании отдает предпочтение настоящему длительному времени (*Present Continuous*), тем самым показывая, что во внутренней политике его страны уже предпринимаются обсуждаемые в данный момент меры по улучшению качества жизни, ср.: “...*hospitals that are finally getting the investment to match the devotion of the staff. Schools where standards of reading are rising through the use of synthetic phonics. Police colleagues where idealistic young men and women are enrolling in large numbers to fight crime.*”

У Д. Трампа отметим использование параллельных конструкций, в которых частотно употребляется простое будущее время (*Future Simple*). Так, в нижеследующем примере данная временная форма употребляется в сочетании со сравнительной степенью прилагательного, а все предложение выстроено в градационный ряд: “*When our nations are greater, the future will be brighter, our people will be happier, and our partnerships will be stronger.*” – таким образом президент США показывает идеальную модель развития мира в будущем, к которой должны стремиться все страны мира.

Устный дискурс политиков примечателен также обращением к антитезе, которая на синтаксическом уровне часто маркируется противительным союзом *but*: “*In recent days, he was planning new attacks on American Targets, but we stopped him*” (*D. Trump*). “*That it doesn't matter who you are or where you come from but when you are sick the whole country figuratively gathers at your bedside*” (*B. Johnson*). Использование контраста в процессе коммуникации помогает лидерам стран противопоставлять нежелательные события с предпринятыми мерами по их устранению, тем самым имплицитно дается оценка работы управленческих структур страны.

Оба политика тяготеют к использованию параллельных анафорических конструкций: “*We have seen the foundation of nations. We have seen the ringleaders of revolution. We have beheld saints who inspired us with hope...*” (*D. Trump*) // “*We will take back control of our fisheries... We will be able to allow UK business to have bigger tax breaks for investment in capital.*” (*B. Johnson*) Такого рода построение начала предложения всегда акцентирует внимание на важных моментах речи, а также имеет целью закрепить в сознании адресатов необходимую информацию.

Нередко в дискурсе политических речей очень действенным манипулятивным приемом становится риторический вопрос: *Is this a war-torn country? What are we doing?* (*D. Trump*). Государственные деятели часто прибегают к вопросно-ответной форме, благодаря чему, они не только привлекают внимание аудитории слушателей к обсуждаемой проблеме, но и создают иллюзию беседы: “*What do we want and need? Do we want more dither and delay? Do*

we want to spend another billion pounds a month that could be going on the NHS? Let's get Brexit done.” (B. Johnson)

Данные риторические приемы не исчерпывают весь богатый потенциал грамматических стилистических средств, который используется политиками с целью влияния на сознание публики. Анализ выступлений двух лидеров выявил также наличие пассивных конструкций (*No American or Iraqi lives were lost (D. Trump) // But this technology could also be used (B. Johnson)*), активное использование местоимений первого лица единственного и множественного числа (*I, we*), местоимения второго лица (*you*) и т.д., нацеленное на поддержание интерактивной коммуникации.

Стилистические приемы фонетического уровня в исследуемом материале политического дискурса оказываются менее типичными. Так у премьер-министра Великобритании отмечены преимущественно случаи употребления ономапии, которая позволяет адресатам могут «услышать» звук и воссоздать в голове картину описываемого явления более адекватно: “...*your fridge will beep*”, “*But this Alexa will be watching you, clicking her tongue and stamping her foot*”, “*Click by click, tap by tap.*” (*B. Johnson*). При анализе речей президента США фонетических стилистических приемов не выявлено.

Таким образом, изучение публичных выступлений президента США Д. Трампа и премьер-министра Великобритании Б. Джонсона свидетельствует о том, что оба политика стремятся разнообразить свой дискурс вариативным репертуаром вербальных риторических приемов, которые строятся на выборе экспрессивной лексики, фразеологии, стилистически маркированных синтактико-грамматических моделей. Этот ресурс позволяет адресанту осуществлять эффективный процесс политической коммуникации: лингвопрагматические средства направлены на привлечение и удержание внимания публики, что дает возможность политику завладеть массовым сознанием, побудить людей довериться выступающему оратору и в дальнейшем действительно участвовать в реализации его политической программы.

Литература и источники

1. Шейгал, Е.И. Семиотика политического дискурса / Е.И. Шейгал. – 2000. – 376с. – (Диссертация на соискание учебной степени доктора филологических наук).
2. Соловьев, А. И. Политические коммуникации / А.И. Соловьев. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 332 с.
3. Погорелый Д. Е., Фесенко В. Ю., Филиппов К. В. Новейший политологический словарь / Д. Е. Погорелый, В. Ю. Фесенко, К. В. Филиппов. – Ростов н/Д: Феникс, 2010. – 318 с. – (Словари).
4. Брусенская, Л.А. Словарь лингвистических терминов / Л.А. Брусенская. – Ростов н/Д.: Феникс, 2005.
5. Ковешникова М. Н. Речевая манипуляция и приемы речевого манипулирования / М. Н. Ковешникова. – XVIII Царскосельские чтения: материалы междунар. науч. конф. (22-23 апр. 2014 г.): в 3-х т. / под общ. ред. В. Н. Скворцова. СПб.: Ленингр. гос. ун-т, 2014. Т. 1. С. 387-394.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Омеличкина С.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 808.51

ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ВОСПРИЯТИЯ И ОЦЕНКИ ПУБЛИЧНОГО ВЫСТУПЛЕНИЯ МОТИВАЦИОННЫХ ОРАТОРОВ В РОССИИ И КИТАЕ

Сивков А. А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

Статья затрагивает вопрос об особенностях речевого воздействия в выступлениях бизнес-тренеров и мотивационных ораторов. Материалом эмпирического исследования выступают речи российских и китайских ораторов. Особое внимание в работе акцентируется на способах и приёмах речевого воздействия, используемых в речи и поведении выступающего. Рассмотрены приёмы и способы речевого воздействия, выделенные в выступлениях. Проанализированы стилистические особенности высказываний, методика сообщения информации адресантом, используемые в речи разного рода лингвистические конструкции, а также невербальные средства коммуникации (голос, мимика, жесты). Выделенные ключевые приёмы оказываются эффективными. Знание способов и приёмов речевого воздействия, а также правильное их применение на практике позволяет выстроить продуктивное взаимодействие между участниками коммуникации. Результаты исследования могут быть применены при подготовке публичного выступления, а также в преподавании речеведческих дисциплин.

Ключевые слова: речевое воздействие, коммуникация, мотивационный оратор.

EXPERIMENTAL STUDY OF PERCEPTION AND EVALUATION OF PUBLIC SPEECH OF MOTIVATIONAL SPEAKERS IN RUSSIA AND CHINA

Sivkov A. A.

Kemerovo State University

The article deals with the question of the features of speech in the speeches of business trainers and motivational speakers. The material of the empirical study is the speech of Russian and Chinese speakers. Special attention is paid to the methods and techniques of speech influence used in the speech and behavior of the Communicator. The techniques and methods of speech exposure highlighted in the presentations are considered. The stylistic features of statements, the method of communicating information by the addressee, various kinds of linguistic constructions used in speech, as well as non-verbal means of communication (voice, facial expressions, gestures) are analyzed. Highlighted key tricks are effective. Knowledge of the methods and techniques of speech exposure, as well as their correct application in practice, allows you to build a productive interaction between communication participants. The results of the study can be applied in the preparation of public speaking, as well as in the teaching of speech disciplines.

Key words: speech impact, communication, motivational speaker.

В настоящее время в нашей жизни особое место занимают различные интернет-ресурсы. Мы используем их не только для развлечения, но и для познавательных и образовательных целей. Во всемирной сети «Интернет» существует огромное количество материалов в свободном доступе, которые можно использовать для личных целей. Все они позволяют информацию доступнее. В данном исследовании будут рассматриваться видеоматериалы, на которых записаны выступления мотивационных ораторов из Китая и России.

Современное языкознание характеризуется интересом к изучению разнообразных процессов функционирования языка. При этом мы можем наблюдать постоянное расширение предметной области коммуникативной лингвистики, риторики, теории речевого воздействия, дискурсивной лингвистики, изучающих, среди прочего, приемы вовлечения в коммуникацию и взаимодействие.

Одной из новых и всё ещё недостаточной изученных сфер современной речевой коммуникации является общение в сфере публичных выступлений, направленных на повышение мотивации слушателей. Именно с появлением тенденций к занятию предпринимательской деятельности, что, несомненно, может приносить прибыль, появилась необходимость получать поддержку и знания, чего не хватает многим для старта. В связи с этим появилась необходимость подробно изучать коммуникацию в сфере бизнеса.

В данном случае речь идет про нашу страну. Но если говорить про Китай, то и там проявляются подобного рода тенденции: там набирает популярность лайф-коучинг или «уроки успеха». Люди хотят преуспеть, но остается вопрос, всем ли удастся чего-то добиться после их посещения. Дальнейшие исследования и интенсивное изучение здесь поможет принести успех как для людей, связанных с предпринимательством, так и для лингвистов. А именно, это принесет знания для ведения деловых переговоров.

Особую роль в современном коммуникативном пространстве бизнеса выполняют люди, чья профессиональная деятельность связана с консультированием, обучением и развитием коммуникативных и иных способностей делового человека. Бизнес-тренеры (далее — БТ), коучи, ведущие стратегических и фасилитационных сессий, консультанты оказывают значимое влияние на развитие отечественной деловой культуры и содействуют повышению эффективности бизнес-процессов.

Лайф-коучинг – это огромный вид деятельности в современном информационном пространстве, особенно в Соединенных Штатах Америки. Китай в этой сфере не может пока показывать тех же успехов, результатов и достижений, что и США. Китайским мотивационным ораторам пока еще есть к чему стремиться. Поскольку страна старается настигнуть все упущенное, то появляется интерес к изучению стратегий и способов поведения таких лайф-коучей, бизнес-коучей и их методик воздействия на публику. Более того, интерес еще и в том, что это все можно сравнивать и сопоставлять.

Причинами появления такого рода лекций стал рост экономики, который создал значительный разрыв между состоятельными людьми и людьми, чье материальное положение ниже среднего. В связи с этим у последних появилось желание найти социальные лифты за короткий промежуток времени.

Публичное выступление – основная работа БТ. Публичное выступление заключается в том, что выступающий, как правило, один, стоит перед публикой и произносит какую-либо речь. Существуют разные цели публичного выступления: проинформировать, побудить к какому-либо действию, убедить в чем-либо, научить чему-то и т.д. В настоящее время требования к ораторам повышаются: публичное выступление не должно быть бессмысленным, более того, оно должно быть максимально эффективно в плане воздействия на публику.

Интерес представляют процессы восприятия и осмысления публичных выступлений БТ, особенно если учесть неоднозначную репутацию некоторых из представителей названной профессии. У общества справедливо возникает множество вопросов на тему компетентности самих ораторов, проводящих выступления. Люди, посетившие выступления ораторов, далеко не всегда получают от них ожидаемый результат, что ставит под сомнение эффективность воздействия и требует изучения причин данной проблемы.

Но еще больший интерес представляют критерии сравнения и их показатели. Поскольку одинаковые выступления стали набирать популярность и занимать уверенное место в жизни людей, собирающихся как-то повысить свою грамотность в чем-либо или мотивацию, то появилась необходимость сравнить методики ведения подобных выступлений, с целью выявления более эффективных способов воздействия на публику, а это важно для такой науки как риторика.

Изучение выступлений из разных стран помогает найти новые решения в использовании техник воздействия на публику для наиболее эффективного воздействия на слушателей. Разные культуры, языки и мировоззрение позволяют увидеть и исследовать различия между выступлениями ораторов из разных стран.

Таким образом, цель предпринятого исследования заключается в выявлении, анализе, определении наибольшей эффективности методик речевого вовлечения в плане вовлечения аудитории ораторов из двух стран, а именно России и Китая. Существенные отличия в структурах двух языков, культур народов, особенности развития стран, современный статус государств на мировом пространстве.

Для данного исследования представляют интерес способы, техники и тактики, используемые в речи оратора, происходит достижение желаемого вовлекающего эффекта. Следовательно, цель предпринятого исследования заключается в рассмотрении специфики используемых речевых приёмов в подобных мотивационных публичных выступлениях. Для достижения поставленной цели необходимо проанализировать традиционные разновидности речевого воздействия, а также обратиться к реальным примерам коучей, семинаров и рассмотреть их с точки зрения особенностей использования в них наиболее частотных способов речевого воздействия.

В качестве материала, исследуемого на предмет речевого воздействия, возьмем публичные выступления российских и китайских ораторов. Материалом эмпирического исследования стали выступления Радислава Гандапаса, ведущего бизнес-тренера и совладельца компании «Ораторика» — о ведении бизнеса, страхах, успехах, формулах и случаях и выступления китайских ораторов, например, Чжоу Лицюня, Тун Цзиньюя, Лан Вэйцзэ. Цели их речей заключается в приобщении широкой аудитории к передаваемой информации, рождении определенных эмоций, расширении круга людей, которые заинтересованы в получении новых знаний. Их выступления направлены на обсуждение проблемные вопросы и решения актуальных проблем большей части населения, даётся своеобразный подход к их интерпретации.

Если говорить об основных способах воздействия на аудиторию в таких выступлениях, то таковыми являются убеждение и аргументирование с помощью примеров. Оратор при объяснении каких-либо тезисов приводит аргументы, причём выстраивает их логически последовательно. Но вместе с тем он оперирует не столько сухими фактами, сколько пользуется эмоциями, оказывает эмоциональное давление. Другими словами, оратор старается выдать свою точку зрения за верную и единственную правильную. Данный способ речевого воздействия является эффективным с точки зрения вовлечения в публичных выступлениях, поскольку он удовлетворяет её основным целям, и оратору необходимо вызвать к себе доверие и сплотить аудиторию как отдельно всех ее членов, так и с собой соответственно.

В результате анализа были выявлены схожие методики в целом и были выявлены схожие по воздействию, но разные по применению. В обеих странах принято использовать инклюзивные местоимения «мы», что подключает к себе слушателей и заставляет их имплицитно вовлекаться в процесс слушания. Также интонация и голос используются похожим образом в обеих странах у ораторов. Невербальные компоненты также применяется спикерами обеих стран, но по содержанию отличаются, и это связано с культурными различиями и историей развития стран.

Таким образом, в нынешнее время в связи с быстрым распространением информации обрели популярность такие выступления. Уделяется большое внимание способам речевого воздействия, применяемым ораторами. Выступления рассчитаны на массового некомпетентного в конкретной области слушателя – этим определяется выбор приёмов речевого воздействия. Исследование позволит получить новые методики, востребованные как в сфере ведения переговоров, так и для изучения сферы коммуникации в целом.

Литература

1. Власян Г. Р. Природа речевого воздействия // Вестник ЧелГУ. – 2007. – №20. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/priroda-rechevogo-vozdeystviya> (дата обращения: 30.03.2020).
2. Жукова А. Г., Катышев П. А. Речевое вовлечение в деятельность радикальной организации на страницах социальной сети // Политическая лингвистика. – 2018. – №5. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rechevoe-vovlechenie-v-deyatelnost-radikalnoy-organizatsii-na-stranitsah-sotsialnoy-seti> (дата обращения: 30.03.2020).
3. Мирошниченко Г. А. Коммуникативная стратегия вербального убеждения в российской телевизионной рекламе // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика. – 2018. – №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnaya-422>

strategiya-verbalnogo-ubezhdeniya-v-rossiyskoy-televizionnoy-reklame (дата обращения: 30.03.2020).

4. Хазимуллина Е. Е. Механизм речевого вовлечения в деятельность экстремистских организаций // Acta Linguistica Petropolitana. Труды института лингвистических исследований. – 2016. – №3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mehanizm-rechevogo-vovlecheniya-v-deyatelnost-ekstremistskih-organizatsiy> (дата обращения: 30.03.2020).

5. Чжао Янь. Использование местоимений первого лица в президентском дискурсе как средство речевого вовлечения // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2019. – №7. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-mestoimeniy-pervogo-litsa-v-prezidentskom-diskurse-kak-sredstvo-rechevogo-vovlecheniya> (дата обращения: 30.03.2020).

Научный руководитель - канд. филол. наук, доц. Оленёв С. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИИ И СОЦИОЛИНГВИСТИКИ

УДК 811.161.1

НЕБЫЛИЦЫ КАК ФОРМА ПОЗНАНИЯ МИРА ДЕТЬМИ В РАМКАХ РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЫ

Беляева Д. А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

Belyaeva.dariaa@mail.ru

Данная работа выполнена в русле лингвокультурологии. Статья посвящена изучению детского мировоззрения, ценностей, привычек и потребностей детей на материале небылиц как одного из малых жанров детского фольклора. Небылицы рассматриваются как носители культурно значимой информации, формирующей в сознании детей картину мира. Объектом изучения выступают особенности познавательной деятельности детей, отраженные в небыличных текстах. Предметом изучения является тематическое своеобразие русских небылиц и способы их создания. Автором приводится тематическая классификация собранных небылиц, описываются результаты анализа небыличных текстов.

Ключевые слова: детский фольклор, небылицы, мировосприятие, лингвокультура, познание, Россия.

FABLES AS A FORM OF KNOWLEDGE OF THE WORLD BY CHILDREN WITHIN THE RUSSIAN LINGUOCULTURE

Belyaeva D. A.

Kemerovo State University

This work was carried out in line with linguoculturology. The article is devoted to the study of children's worldview, values, habits and needs of children based on fiction as one of the small genres of children's folklore. Non-fables are considered as carriers of culturally significant information that forms a picture of the world in the minds of children. The object of study are the features of cognitive activity of children, reflected in non-fiction texts. The subject of study is the thematic originality of Russian fables and methods of their creation. The author provides a thematic classification of collected fables, describes the results of the analysis of non-fiction texts.

Key words: children's folklore, fables, worldview, linguistic culture, Russia.

Интересы современного человека к своему прошлому, истокам своей культуры заставляют его обратить внимание на язык, в котором отражаются особенности культурного наследия. Еще в работах немецкого мыслителя В. фон Гумбольдта можно найти взгляд на язык: «Чтобы человек мог постичь хотя бы одно слово не просто как чувственное побуждение, а как членораздельный звук, обозначающий понятие, весь язык полностью и во всех своих взаимосвязях уже должен быть заложен в нем» [1, с. 34]. Язык – это инструмент, с помощью которого человек формирует свою картину мира. Он рождается и хранится в нашем сознании, отражая действительность говорящего на нем народа. «Ведь человек только тогда становится человеком, когда с детства усваивает родной язык, а вместе с ним и культуру своего народа» [2, с. 5]. Мир, который мы видим, предстает перед нами сквозь призму культуры и родного языка, которые находятся во взаимосвязи.

В ходе изучения взаимодействия языка и культуры сформировалась «лингвокультурология — наука, возникшая на стыке лингвистики и культурологии, исследующая проявления культуры народа, которая отразилась и закрепилась в языке» [2, с. 8]. В рамках лингвокультурологии язык и его единицы рассматриваются учёными как носители информации о ценностях, предпочтениях, установках, сформированных в сознании народа.

Цель нашего исследования — выявить особенности мировосприятия детей на материале малого фольклорного жанра «Небылицы» с позиций лингвокультурологии.

Объектом изучения выступают особенности познавательной деятельности детей, отраженные в небыличных текстах.

Предметом изучения является тематическое своеобразие русских небылиц и способы их создания.

В качестве материала исследования выступает 70 небылиц, отобранные из сборников русского фольклора [4, 5], работы К. И. Чуковского [6], интернет-ресурсов [7].

Мы обратились к фольклорному жанру небылиц, поскольку фольклорные единицы — это ценнейший источник сведений о культуре и менталитете народа. В них «законсервированы» ценности и обычаи представителей русской лингвокультуры. Они отражают мировоззрение народа, реалии его жизни.

Детский фольклор представляет собой одно из направлений устного народного творчества. Значительный пласт произведений бытует как во взрослой, так и в детской среде, однако методика их исполнения несколько отличается. При переходе текстов из взрослой в детскую среду большинство из них видоизменяется в соответствии с особенностями детского восприятия. Такие произведения зачастую носят обучающий и развлекательный характер.

По словам Ф. С. Капицы и Т. М. Колядич, можно выделить несколько способов, с помощью которых происходит пополнение детского фольклора. «Первый способ — приспособление фольклора взрослых к детской среде, второй — создание текстов самими детьми, и третий — создание взрослыми произведений, предназначенных специально для детей с учетом их особого мировосприятия, потребностей и желаний» [3, с. 6–7]. Нами будут рассмотрены небылицы, соответствующие третьему способу.

Согласно выводу М. Н. Мельникова, «детский фольклор представляет собой специфическую область народного творчества, объединяющую мир детей и мир взрослых, включающую целую систему поэтических и музыкально-поэтических жанров» [4, с. 4]. Детский фольклор используют как средство для изучения внутреннего мира ребенка, развития его способностей и навыков и развлечения.

В детском репертуаре существует большой пласт произведений, в которых, как говорит М. Н. Мельников, «развиваются события совершенно невероятные с точки зрения здравого смысла. Вся система образов их противоречит жизненным реальным наблюдениям. Все действия — сплошная логическая ошибка» [4, с. 96–97]. Эти произведения называют небылицами или перевертышами. О. И. Капица писала: «Сущность небыличных песен сводится к тому, что необходимые функции и свойства одного предмета приписываются другому» [5, с. 99]. К. И. Чуковский считает, что интерес детей к перевертышам связан с умственной игрой. Они необходимы тогда, когда ребенок, убедившись в каком-то знании, начинает превращать его в игру. Это связано с зарождающейся любовью к юмору, а также проверкой знаний малышом об окружающем мире [6].

Таким образом, ученые приходят к выводу о том, что задача перевертышей — способствовать активизации рассудочной деятельности ребенка, логического мышления, анализа текстов. Детский интерес к небылицам поддерживается посредством наличия в них комической составляющей.

На материале небылицы «Ехала деревня...» [4, с. 100] видно, что создается ситуация, приближенная к реальной, но участники, их действия не соответствуют реальности, привычному порядку вещей. Эта ситуация отражается в перевернутом виде («ехала деревня», «лают ворота», «конь выхватил и давай дубасить», «крыши испугались», «сели на ворон» и др.). В небыличном тексте представлен фрагмент мира, устроенный недолжным образом (с точки зрения взрослого человека). На наш взгляд, такое видение мира можно объяснить тем, что дети воспринимают вымысел как реальность, способны создавать мир, существующий по несуществующим законам и правилам.

Стоит отметить, что полученный нами репертуар небылиц выделяется тематическим своеобразием. Мы можем распределить небылицы по следующим группам: 1) небылицы про животных, 2) небылицы про людей и 3) небылицы про людей и животных.

В небылицах первой группы создаются ситуации повседневной обывательской жизни, часто описываются бытовые случаи, участниками которых выступают животные, но не в роли животных, а в роли людей. Герои живут человеческой жизнью, имея идентичные проблемы, цели и желания. Например, в небылице «Таракан дрова рубил...» [8, с. 210] представлена жизнь крестьянского народа, все жители выполняют свои обязанности: «таракан дрова рубил», «комар по воду ходил», «вошка баню топила». Также можно заметить, что в небылицах герои (субъекты) выражают свои отношения друг к другу, в упомянутой небылице, отношения между жителями поселения: «Славу богу околела, всему миру надоела». Таким образом, в данном тексте мы можем увидеть то, как дети представляют мир животных изнутри и их деятельность.

Говоря о группе небылиц про людей, уместно привести в пример небылицу «А дуду, дуду, дуду...» [8, с. 209–210]. В ней мы наблюдаем за тем, как мужик потерял свою дудку. После безуспешных поисков он решил обратиться за помощью к боярыне, чтобы та помогла вернуть ему его вещь и наказать преступника. В небыличном тексте описывается жизнь обычного крестьянина, которая облачена в легкую и юмористическую «оболочку» для того, чтобы ребенок без труда смог понять изложенную историю. Также в произведении используются повторения и рифмы для привлечения интереса маленького читателя и легкого запоминания им текста. Благодаря таким историям ребенок начинает быстрее усваивать жизненные реалии в шуточной форме.

Третья группа небылиц собрала в себе одновременно героев животных и людей. В качестве примера можно рассмотреть небылицу «Стучит, бренчит на улице...» [8, с. 209]. В ней наблюдается взаимодействие людей и животных. Фома и Тимошка едут на курице и кошке косить сено для того, чтобы им накормить коровок, а те, в свою очередь, дадут молоко, чтобы прокормить деток. В данном тексте мы ясно видим непрерывное взаимодействие животных и людей, их дружеские и даже родственные отношения. Они помогают друг другу в повседневной жизни. Для детского сознания приведенная небылица служит образцом того, что люди должны беречь животных, относиться к ним с уважением и добротой, ведь животные – это часть нашей жизни.

Таким образом, проведенный анализ собранных небылиц позволил построить их классификацию, выявить особенности представления в них действительности и функции, которые они выполняют по отношению к детской аудитории. Мы можем сделать вывод о том, что в данном фольклорном жанре заложена информация о повседневной жизни, реалиях, ценностях народа, которые актуальны и по сей день, поскольку в небылицах заключена часть русской лингвокультуры, знакомство с которой определяет особенности детского мировосприятия.

Литература и источники

1. Гумбольдт, В. фон Избранные труды по языкознанию / В. фон Гумбольдт. – М.: Издательский дом: Издательская группа «Прогресс», 2000. – 400с.

2. Маслова, В. А. Введение в лингвокультурологию: учебное пособие / В. А. Маслова. – М.: Издательство «Наследие», 1997. – 206 с.

3. Капица, Ф. С. Русский детский фольклор” учебное пособие для студентов вузов / Ф. С. Капица, Т. М. Колядич. – М.: Изд-во «Флинта», «Наука», 2002. – 320 с.
4. Мельников, М. Н. Русский детский фольклор / М. Н. Мельников. – М.: «Просвещение», 1987. – 240 с.
5. Капица, О. И. Детский фольклор: песни, потешки, дразнилки, сказки, игры / О. И. Капица. – Л.: Изд-во «Прибой», 1928. – 213 с.
6. Чуковский, К. И. От двух до пяти / К. И. Чуковский. – М.: Изд-во «Мелик-Пашаев», 2013. – 438 с.
7. Небылицы-перевертыши. Игра с понятиями. Режим доступа: <https://ladushki.ru/poteshki/nebylicy-perevertysyi/> (дата обращения – 12.03.2020).
8. Аникин, В. П. Русские народные пословицы, поговорки, загадки и детский фольклор / В. П. Аникин. – М.: Государственное учебно-педагогическое издательство Министерства просвещения РСФСР, 1957. – 236 с.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Проскурина А. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81'373.612.2

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ МОНИТОРИНГ СОЦИАЛЬНОЙ НАПРЯЖЕННОСТИ РЕГИОНА

Белявская Л. А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

belyavskaya.liliya_ya@mail.ru

Данная статья посвящена описанию коммуникативных факторов, отражающих социальную напряженность. Объектом исследования выступает категория социальной напряженности, зафиксированная и отраженная в интернет-комментариях. В работе представлен анализ ключевых лексических единиц, связанных с категорией «социальная напряженность». Результаты исследования позволяют выделить основные смысловые доминанты обыденного языкового сознания, связанные с интерпретацией социальной жизни. Выделенные смысловые доминанты способствуют определению социально-значимых констант, формирующих категорию «социальная напряженность». Векторами данного поля являются типовые ситуации, репрезентирующие проблемные и конфликтные зоны региона. Лингвистический анализ интернет-высказываний обуславливает моделирование реальной социальной картины, вычленение ядерных и потенциальных конфликтных ситуаций, определение идеологического настроения общества. Лингвистическое изучение конфликтной ситуации на материале интернет-коммуникации и СМИ способствует выявлению проблемных зон региона. Научная новизна исследования связана с лингвистическим анализом таких системных проявлений социальной напряженности и конфликтности в Кузбассе, как семантическая неопределенность региональных печатных и электронных текстов СМИ и права, множественности их толкования, приводящей к конфликту интерпретаций. Практическая значимость результатов исследования состоит в возможности их использования в профилактике социальной напряженности в Кузбассе.

Ключевые слова: лингвистический мониторинг, социальная напряженность, социальные сети, конфликт, лингвоконфликтология

LINGUISTIC MONITORING OF SOCIAL TENSION IN THE REGION

Belyavskaya L.A.

Kemerovo State University

This article is devoted to the description of communicative factors that reflect social tension. The object of the research is the category of social tension recorded and reflected in Internet comments. The paper presents an analysis of key lexical units associated with the category "social tension". The results of the research allow us to identify the main semantic dominants of everyday language consciousness associated with the interpretation of social life. The highlighted semantic dominants contribute to the definition of socially significant constants that form the category of "social tension". Vectors of this field are typical situations that represent problem and conflict zones in the region. The linguistic analysis of Internet utterances determines the modeling of the real social picture, the identification of nuclear and potential conflict situations, and the determination of the ideological mood of society. Linguistic study of the conflict situation on the material of Internet communication and mass media helps to identify problem areas of the region. The scientific novelty of the research is related to the linguistic analysis of such systemic manifestations of social tension and conflict in Kuzbass, as the semantic uncertainty of regional printed and electronic texts of mass media and law, the multiplicity of their interpretation, leading to a conflict of interpretations. The practical significance of the research results is the possibility of their use in the prevention of social tension in Kuzbass.

Key words: linguistic monitoring, social tensions, social networks, conflict, linguoconceptology.

Социальная напряжённость – многогранное явление, формируемое помимо социальных, политических, правовых и психологических параметров собственно языковыми причинами, которые подлежат специальному системному изучению. В научной литературе социальная напряжённость описывается в разных аспектах и нередко обозначается в различных терминах: противоречие, конфликт интересов, неудовлетворённость потребностей, противостояние, столкновение общественных групп и т.д. Независимо от теоретических установок, феномен «социальная напряжённость» преимущественно соотносится с понятием «конфликт».

Объектом исследования выступает категория социальной напряжённости, зафиксированная и отражённая в интернет-комментариях. «Как уже неоднократно было отмечено представителями разных сфер знаний, интернет-комментарии являются индикатором общественного настроения массового адресата [1, с. 702-703]. Лингвистический анализ интернет-высказываний обуславливает моделирование реальной социальной картины, вычленение ядерных и потенциальных конфликтных ситуаций, определение идеологического настроения общества.

Избранный материал исследования обуславливает разработку метода комплексного лингвистического мониторинга социальной напряжённости, включающего выделение конфликтных тем, негативно коннотатированных лексических единиц, различных типов речевых актов (возмущения, презрения, призыва, осуждения) и т.д. В настоящей работе разрабатываемая методология представлена одним из направлений анализа: выявлением ключевых слов и сочетаний, организующих ядерную зону семантического конфликтного поля «социальная напряжённость».

Анализ ключевых лексических единиц, связанных с категорией «социальная напряжённость», позволяет выделить основные смысловые доминанты обыденного языкового сознания, связанные с интерпретацией социальной жизни. Интернет-пользователи при обсуждении вопросов социального характера акцентируют внимание именно на тех смысловых компонентах, которые для них наиболее актуальны. Интернет-комментарии выступают отражением «живых» реакций авторов на самые злободневные и обсуждаемые темы. При этом, даже если исходные интернет-тексты имеют собственно информативное содержание и не касаются острых социально-экономических проблем, комментаторы в ходе развития своих дискуссий целенаправленно перемещают центр коммуникативного акта на обсуждение конфликтных вопросов, связанных с политической или социальной проблематикой.

Конкретным материалом настоящего исследования являются интернет-комментарии к публикациям, размещенным на странице incident_kuzbass в социальной сети «Instagram» https://instagram.com/incident_kuzbass. Анализ ключевых слов и сочетаний, семантически связанных с понятием «социальная напряжённость», позволил выделить ядерные смысловые доминанты, организующие социальную картину региона (*сохранена авторская стилистика*):

- коррупционная деятельность и мошенничество: *Дети выросли в стране, где воруют все, начиная с правительства...; Все никак не нажрется ироды. Вора́м клептоманам место в дурдоме, а они в мериях заседают;*
- экологическая ситуация: *Ага вот чеши́т зам губернатора сегодня днём ехал по трассе более менее ещё а при въезде в город как будто пеленой накрыло;*
- бездействие власти: *А то только одни выявления, а решения нет. Идиотизм; Если площадок нет, где то надо играть... ((*
- незаконная деятельность правоохранительных органов: *А что простого мусоришку то берете? Здесь повыше мусора, крышуют бизнес в плоть до администрации...; Да эту торговлю крышуют менты;*
- качество выполнения работ коммунальными службами: *Все лето готовились к отопит. сезону, и как всегда не успели, а вернее отработовали; Да когда они там о людях то думали ...со снегом и сосулькам справится не могут*
- необоснованное распределение бюджетных средств: *Зато ёлка 18 лямов. ..стыд и позор властям разрушителям, не можете созидать-разбегайтесь к едрене бабушке; Весь бюджет истратили на елку;*
- пенсионный возраст и размер пенсионных выплат: *спасибо нашему правительству, за которое мы голосуем. бабушкам пенсию дают, на вид сдача после магазина и еще зарабатывать не дают;*
- уровень заработной платы: *Ну а медицинский персонал тут работает... Думаете им приятно? Да ещё и за мизерную зарплату...;*
- качество здравоохранения: *Больше похоже на заброшенный Морг, ну это правда сам живу в этом городе и обращаюсь в эту больницу!!*

Выделенные смысловые доминанты способствуют определению социально-значимых констант, формирующих категорию «социальная напряжённость». Векторами данного поля являются типовые ситуации, репрезентирующие проблемные и конфликтные зоны региона: отношения между властью и народом, противозаконные действия власти, уровень заработной платы, экономическая и экологическая ситуации. Модусной направленностью содержательных доминант является выражение резко отрицательного отношения к ключевым событиям социальной жизни региона.

Проведённый анализ позволяет сделать вывод о том, что в интернет-комментариях репрезентируются коммуникативные факторы, отражающие понятие «социальная напряжённость». Изучение общественного настроения путём анализа смысловых доминант способствует лингвистическому конструированию социальных категорий.

Работа выполнена при поддержке гранта РФФИ № 20-412-420004 р_а «Лингвистический мониторинг социальной напряжённости в Кузбассе»

Литература и источники

1. Кишина Е.В. Коммуникативная направленность идиом в аспекте отражения обыденных политических представлений // Русское слово в многоязычном мире: Материалы XIV Конгресса МАПРЯЛ. СПб.: МАПРЯЛ, 2019. С. 702-707.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Кишина Е.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 811.111

КОНЦЕПТ СВОБОДЫ В АМЕРИКАНСКИХ ФОЛЬКЛОРНЫХ БАЛЛАДАХ

Карпенко М. В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

maria.karpenko.mk@gmail.com

В статье рассматривается подход к языковым явлениям с точки зрения лингвокультурологии как к культурному коду нации, с помощью которого возможно проникновение в менталитет американцев, а также основные подходы к определению понятий культуры, культурных ценностей нации, культурного концепта. Особое внимание уделено лингвокультурологическому анализу репрезентации понятийной, образной и смысловой составляющих универсального культурного концепта «свобода» в текстах американских фольклорных баллад, создававшихся иммигрантами в период освоения континента. По результатам исследования сделан вывод о том, что свобода - очень важная составляющая американской ментальности, являясь ценностью, определяющей мировосприятие и поведение американцев.

Ключевые слова: культура, культурные ценности, культурный концепт, концепт «свобода», фольклорная баллада

THE CONCEPT OF FREEDOM IN AMERICAN FOLKLORE BALLADS

Karpenko M.V.

Kemerovo State University

The article focuses on the approach to linguistic phenomena from the point of view of linguoculturology as a cultural code of a nation, with which it is possible to understand the mentality of Americans. The article examines the main approaches to defining the concepts of culture, cultural values of the nation, and cultural concept. Special attention is paid to the linguistic and cultural analysis of the representation of the conceptual, figurative and semantic components of the universal cultural concept "freedom" in the texts of American folk ballads, created by immigrants during the development of the continent. According to the results of the study, it is concluded that freedom is a crucial component of the American mentality, and a value that determines the perception and behavior of Americans.

Keywords: culture, cultural values, cultural concept, concept of freedom, folk ballad

Начало XXI века отмечено всё большим сближением национальных культур разных стран на основе общечеловеческих ценностей вследствие важнейшего мирового процесса экономической, политической и культурной глобализации [1, с.40-41].

В условиях непростых отношений между США и Россией в последнее время особую важность приобретает налаживание бесконфликтного межстранового взаимодействия, поиск путей объединения наших народов и культур, «переоткрытие» Америки как богатого и разноголосого жизненного мира, непохожего на наш [2, с. 4].

В настоящее время одним из наиболее активно развивающихся направлений языкознания, занимающимся изучением языкового сознания, взаимосвязи и взаимовлияния языка и культур, является лингвокультурология. В её рамках язык рассматривается как культурный код нации, как путь, по которому мы можем проникнуть не только в современную ментальность нации, но и в воззрения ранее живших людей на мир, общество и самих себя. Отзвуки давно минувших лет сохраняются в пословицах, символах культуры, в фольклоре [3, с.3, 8,11, 28].

Новая американская культура, этот полиэтничный «коктейль», начавшая создаваться около 300 лет назад из опыта иммигрантов - первооткрывателей из Англии и Европы,

оставивших старые системы и традиции позади [4, с.360], обрела этническую монолитность лишь к середине XIX века [5, с.104].

Культура нации - это совокупность абсолютных ценностей, создаваемых людьми, это выражение человеческих отношений в предметах, поступках, словах, которым люди придают значение. Ценности, идеалы - стержень духовной культуры любого народа. Но каждая культура имеет свое ценностное уникальное ядро, воплощающее её специфику, её статус в мире, а также накопленный исторический опыт [6, с. 242, 244]. Свобода является одной из универсальных смысложизненных ценностей, определяющих мировосприятие и поведение людей [7, с.1].

Фольклорные баллады Америки XVII - XIX веков, прекрасные образцы устного народного творчества, «как дневники и письма, старинные карты и исторические фотографии, являются значительными источниками информации» [8, с. 331] об истоках становления нации, её менталитета.

Менталитет - образ мышления, способ мировосприятия, общая духовная настроенность человека, общества. Основными единицами ментальности являются концепты данной культуры [9, с. 44, 60]. В формировании национальной концептосферы, отражающей единую систему взглядов, участвует совокупный опыт этноса, приобретаемый в процессе освоения окружающего мира [6, с. 111; 10, с. 167].

З. К. Сабитова, подытоживая мнения Ю. С. Степанова, В.В. Колесова, С. Г. Воркачева, подчеркивает, что с лингвокультурологической точки зрения культурный концепт характеризуется как ключевое слово культуры, культурный фокус, опорная точка менталитета; сгусток культуры в сознании человека; вербализованный культурный смысл; единица коллективного сознания, отмеченная культурной спецификой. Концептами становятся только те понятия, которые актуальны для культуры, имеют большое количество языковых единиц выражения, являются темой поговорок, прозаических и поэтических текстов и выполняют функцию носителя культурной памяти народа [10, с. 173, 177]. Концепты идеальны и формируются на базе личного чувственного опыта людей. Значения слов, текстов служат источником знаний о содержаниях тех или иных концептов [9, с. 56-57]. К ядру концептосферы относятся ключевые концепты, присутствующие в языковой картине мира всех носителей культуры и являющиеся концептами - ценностями, аккумулирующими ценностные доминанты культуры и всегда эмоционально переживаемые [6, с. 110,241,247]. Одним из наиболее ценностно-окрашенных концептов американской лингвокультуры является ядерный концепт «свобода» (freedom) [6, с. 110, 3,с.23].

Эффективным средством выявления ценностных приоритетов нации является лингвокультурологический анализ информации, хранящейся в семантических системах словарей и в текстах, созданных на языке [9, с. 150]. Опишем концепт «свобода» с помощью анализа текстов [10, с.186-187] американских фольклорных баллад, являющихся подлинными хранителями американской культуры [3, с. 35]. Материалом нашего исследования послужили данные словарных определений имени культурного концепта «свобода» из толковых словарей английского (американский вариант) языка и фрагменты текстов американских фольклорных баллад фронта и ковбойских песен. Выбор этих типов баллад продиктован тем, что они создавались иммигрантами на территории Нового света в период освоения континента и, с нашей точки зрения, наиболее полно раскрывают становление мировоззрения «пионеров» новой цивилизации.

Американские фольклорные баллады, небольшие строфические песни, рассказывались с точки зрения первого или третьего лица; повествование часто начиналось в середине рассказа и стремительно двигалось к драматическому заключению [11, с. 165]. Народные песни и баллады ранней Америки описывали жизнь, как опыт простого народа [8, с.330]. Многие фольклорные баллады, сочиненные в Северной Америке, продолжают петься и сегодня [11, с. 165].

Анализ словарных дефиниций современных американских словарей (Cambridge dictionary, Oxford dictionary, Merriam-Webster) показал совпадение узуально закрепленных значений лексемы - концепта «свобода» (freedom) в них: 1) право быть способным или в состоянии делать все, что вы хотите, не будучи контролируемым или ограниченным; 2) состояние отсутствия тюремного заключения или состояния рабства; 3) качество или состояние освобождения или от чего-то обременительного, свобода от заботы; 4) права, предусмотренные Конституцией и Законом о правах [12].

Как дневники и письма, баллады содержат только ту информацию, которую их авторы решили раскрыть. Это предвзятая точка зрения, но она является истинным опытом их авторов. «The ballad as the voice of a people, the voice of a nation» [11, с.170]. В анализируемых нами балладах герои непосредственно выражают свое личное отношение к свободе.

Фронтир - постоянно в течение 300 лет передвигавшаяся на Запад граница между освоенной иммигрантами территорией и «дикостью», был способом постижения окружающего мира первопроходцами американской цивилизации: трапперами, охотниками, лесорубами, следопытами, золотоискателями, погонщиками скота и скваттерами [13, с. 351], как правило, индивидуалистами - одиночками, оставившими позади уют и безопасность прошлой жизни и привыкших своим трудом добиваться поставленных целей, выживать и побеждать, проявляя предприимчивость и жизнестойкость. В балладах фронта отразились трудности суровой, тяжелой жизни и быта простых людей [11, с. 75]. В качестве духовного ориентира опыт подвижного «пограничья» долгое время способствовал поддержанию мифа о личной независимости индивидуума, о равенстве возможностей, о способности начать сначала [13, с. 349].

Чаще всего понятийная составляющая концепта «свобода» в балладах фронта - это возможность поступать по собственному желанию, отсутствие ограничений. Это побег с любимой туда, где им вдвоем будет хорошо: «I'm going away. / Then come with me Polly / We'll ride till we come, / To some little cabin / We'll call it our home» («Fare you well Polly») [14, с. 7]; возможность бродить целый день по прерии в поисках охотничьей удачи: «It's all of the day long as we go tramping round / In search of the buffalo that we may shoot him down; / Our guns upon our shoulders, our belts of forty rounds, / We send them up Salt River to some happy hunting grounds» («The buffalo hunters») [14, с. 185-186]; желание освобождения от забот и семейных обязанностей: «When I was single, dressed in silk so fine. / Now I am married, go ragged all the time. / Lord, I wish I was single girl again. / Clothes for to wash spring to go to, / When you're married. Lord, it's everything to do. / Lord. I wish I was a single girl again.» («When I was single») [14, с. 30]; возможность владеть землей и тяжело работать: «Hurrah for Greer County! / the land of the free, / The land of the bedbug, grasshopper and flea, / I'll sing of its praises I'll tell of its fame, / While starving to death on my government claim» («Greer county bachelor») [14, с. 10].

Ковбойские песни создавались ковбоями, работавшими конными пастухами у богатых скотопромышленников с 70-х по 90-е годы XIX в. на бескрайних просторах Запада. Ковбойство сделалось зримым символом вольности и личной независимости, широты души и щедрости сердца. В ковбойских балладах свобода чаще всего ассоциируется со свободой воли, отсутствием ограничений, возможностью поступать по собственному желанию и путешествовать по стране: «I've worked up in the sand hills / And down up on the Platte, / Where the cowboys are good fellows / And the cattle always fat; / I've traveled lots of country, / Nebraska's hills of sand, / Down through the Indian Nation, / And up the RIO Grande». («The Texas cowboy») [15, с. 229-232]; с простором, возможностью странствовать по всей прерии; со свободным сердцем, полным света: «I will sing you about the cowboy / hose heart's so light and free; / He roves all over the prairie and at night when he lays down / His heart's as gay as the flowers of May with his / Bed spread on the ground». («The melancholy cowboy») [15, с. 263-264]; с простор прерии, где отдыхают бабочки, где дикие койоты и ветер свободны: Where

the dew-drops glow and the butterflies rest, / And the flowers bloom o'er the prairie's crest; / Where the wild cayote and winds sport free». («The dying cowboy») [15, с. 3-6].

Баллада «The cowboy's life» показательна ценностной составляющей концепта «свобода». В ней прямо указывается на то, что ценность свободы для ковбоя больше, чем королевская корона: «For a kingly crown / In the noisy town / His saddle he wouldn't change; / No life so free / As the life we see / Way out on the Yaso range. / A cowboy's life / Is a royal life, / His saddle his kingly throne». Ковбойское седло - это королевский трон, ковбойская жизнь - это королевская жизнь. Здесь свобода - это возможность жить так, как ты хочешь. [15, с.20 - 21]. В балладе «The cowboy» образ свободы выражен эксплицитно: «My ceiling is the sky, my floor is the grass, / My music is the lowing of the herds as they pass; / My books are the brooks, my sermons the stones, / My parson is a wolf on his pulpit of bones». [15, с.96 - 97].

Наше исследование показало, что свобода - очень важная составляющая американской ментальности, являясь смысложизненной ценностью, определяющей мировосприятие и поведение американцев. Возможность поступать по своему желанию, жить так, как ты хочешь, как считаешь нужным; отсутствие ограничений; свобода воли [7, с. 2] является основой понятийной составляющей концепта «свобода» в американской лингвокультуре.

Литература и источники

1. Касаткин, П. И. Глобализация культуры: проблемы и перспективы/ П. И. Касаткин // Власть. - 2017. - №8. - с.40 - 41.
2. Леонтович, О. А. Русские и американцы: парадоксы межкультурного общения: монография / О.А. Леонтович. - Волгоград: Перемена. - 2002. - 435 с.
3. Маслова, В.А. Лингвокультурология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В.А. Маслова. - М.: Издательский центр «Академия», 2001. - 208 с.
4. Bauman R., Abrahams R. D. American Folklore and American Studies / Richard Bauman, Roger D. Abrahams. - The Johns Hopkins University Press, 2012, P.360
5. Лернер, М. Развитие цивилизации в Америке. Образ жизни и мыслей в Соединенных Штатах сегодня / М. Лернер. Пер с англ. В 2 тт. Т.1. - М.: Радуга, 1992. - 671 с.
6. Евсюкова, Т. В. Лингвокультурология: учебник / Т. В. Евсюкова, Е. Ю. Бутенко. - М.: ФЛИНТА: Наука, 2014. - 480 с.
7. Солохина, А. С. Концепт «свобода» в английской и русской лингвокультурах: автореф. дис. канд. филол. наук:10.02.20 / А. С. Солохина. – Волгоград, 2004. – 24 с.
8. Dzuris, L. Using Folk Songs and Ballads in an Interdisciplinary Approach to American History / L. Dzuris // History Teacher, 2003. - p.331
9. Хроленко, А. Т. Основы лингвокультурологии / А. Т. Хроленко; Под ред. В. Д. Бондалетова. - 2-е изд. - М.: Флинта: Наука, 2005. - 184 с.
10. Сабитова, З. К. Лингвокультурология: учебник / З.К. Сабитова. - М.: ФЛИНТА: Наука, 2013. -528 с.
11. Ward, V. Anglo-American Folk song Collecting and Singing Traditions in Rural New York State / V. Ward // New York Folklore, 1988. - p.p.165-177.
12. <https://dictionary.cambridge.org/ru/freedom>;
<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/freedom>; <https://www.merriam-webster.com/dictionary/freedom>
13. Ващенко, А.В. Фронтир /А.В.Ващенко// История литературы США в 4-х тт. Т. II. М.: ИМЛИ РАН, 2003. - 463 с.
14. Frontier Ballads, Folkway Records FA 2175. N.Y.C, U.S.A, 1960. - p. 231.
15. Lomax, John A. M. A., Cowboy Songs and Other Frontier Ballads [/A. Lomax, A. M. A. John// University University of Texas, of Nebraska Studies in Language, Literature, and Criticism,1911.- p. 275.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Ермолаева Е. Н., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81'276

МОДЕЛИРОВАНИЕ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОГО ТИПАЖА “ИММИГРАНТ”

Коваленко Е.О.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

Enka93@yandex.ru

Данная работа посвящена моделированию лингвокультурного типажа “Иммигрант”. Цель исследования заключается в изучении особенностей данного типажа а также его функционирования как разновидности лингвокультурного концепта. В статье рассмотрена понятийная составляющая исследуемого типажа, выявлены социальные стереотипы имеющиеся в определенных лингвокультурах по отношению к иммигрантам, а также проведен дискурсивный анализ употребления лексемы “иммигрант” в рамках русского языка. Научная новизна работы продиктована тем, что в последние годы уровень миграции населения всей планеты возрос в несколько раз и такой социальных слой людей как иммигранты недостаточно изучен. В результате данного исследования мы пришли к выводу, что лингвокультурный типаж “Иммигрант” крайне многомерен и внутренне противоречив ввиду избыточного количества его представителей, принадлежащих к разным расовым, возрастным и социальным группам.

Ключевые слова: лингвокультурный типаж, иммигрант, моделирование, дискурсивный анализ, лингвокультурология.

MODELING OF LINGUOCULTURAL TYPE “IMMIGRANT”

Kovalenko E.O.

Kemerovo State University

This article is devoted to modelling of the linguocultural type “Immigrant”. The purpose of the study is to examine the specifics of this type and its functioning as a part of linguocultural concept. In this article conceptual component of the type “Immigrant” is examined, social stereotypes concerning immigrants in some particular linguacultures are highlighted and discursive analysis of the lexem “immigrant” in russian language is fulfilled. Scientific novelty of the study is provided by the rapid growth of migration levels all over the world and the social group of immigrants not being examined enough. As a result of research we discovered that the linguocultural type “Immigrant” is critically various and deeply controversial due to the redundant quantity of its’ representatives belonging to various racial, age and social groups.

Key words: linguocultural type, immigrant, modelling, discourse analysis, linguoculturology.

В современном мире иммигранты представляют собой обширную и крайне разнообразную социальную группу. Их культуру, привычки и ценности необходимо изучать для того, чтобы уметь осуществлять с представителями данного слоя общества успешную коммуникацию. Таким образом, мы считаем проблему моделирования и изучения лингвокультурного типажа “Иммигрант” крайне актуальной.

Лингвокультурным типажом Л.А. Васильева понимает закрепленный в языке базовый национально-культурный прототип носителя определенного языка, который выделяется на основе релевантных характеристик, типичных признаков вербального и невербального поведения конкретных языковых личностей [1, с. 7-8].

В данной работе, вслед за В.И. Карасиком, при моделировании лингвокультурного типажа мы следовали следующему плану: 1) дали описание понятийного содержания рассматриваемого концепта, проанализировали важнейшие имена концепта в их системных связях, включая родовидовые и оппозитивные отношения, раскрыли мотивацию признаков, составляющих концепт “иммигрант”, 2) определили ассоциативные признаки

рассматриваемого типажа в индивидуальном языковом сознании, установленные в результате анализа коротких текстов, составленных информантами, контекстуальных фрагментов и ассоциативных реакций носителей современной русской лингвокультуры; 3) выявили оценочные характеристики данного типажа в самопредставлении и в представлении других социальных групп путем анализа оценочных суждений в виде афоризмов и текстовых фрагментов [2, с. 30].

Итак, на первом этапе мы рассмотрели понятийную составляющую изучаемого типажа как разновидности концепта, представленную в лексикографических источниках. Иммигрант (от латинского *immigrāns* (*immigrantis*) вселяющийся), человек, приезжающий в чужую страну с целью постоянного проживания. Термин «иммигрант» был введен в английский язык в Америке в 80-х годах XVIII века после чего был заимствован русским языком. В настоящее время слово «иммигрант» является общепринятым термином, закрепившимся во многих науках. Для определения понятийной составляющей данного термина обратимся к англоязычным источникам. Так, словарь Cambridge Dictionary трактует его следующим образом: *immigrant* - a person who has come to a different country in order to live there permanently. Словарь Merriam-Webster предлагает такое определение: *immigrant* - one that immigrates: such as a person who comes to a country to take up permanent residence. Русскоязычные источники предлагают схожие определения рассматриваемого термина. В Большой Советской Энциклопедии предлагается такое определение понятия «иммигрант»: иммигранты - граждане одного государства, поселяющиеся постоянно на территории другого государства. Иммигрант - человек, который иммигрировал куда-нибудь [Толковый словарь русского языка, 1992]. Для более полного представления понятийного содержания наименования 'immigrant' очертим значения близких к нему однокоренных слов в английском и русском языках:

Глагол 'To immigrate' поясняется словарем Merriam-Webster следующим образом: 'to enter and usually become established; especially: to come into a country of which one is not a native for permanent residence'. Oxford dictionary определяет этот же глагол таким образом: 'Come to live permanently in a foreign country'. Иммигрировать - вселиться в чужую страну на постоянное жительство или на длительное время [Толковый словарь русского языка, 1992].

Приведенные выше дефиниции позволяют выделить некоторые признаки, образующие понятийный каркас концепта «иммигрант»: 1) человек, 2) сменивший место жительства, 3) покинувший родную страну, 4) приехавший в чужую страну, 5) поселившийся в чужой стране с целью длительного или постоянного проживания.

На втором этапе исследования для выявления социальных стереотипов в сознании современных носителей русской лингвокультуры мы попросили нескольких россиян от 19 до 50 лет написать короткое сочинение на одну из предложенных тем: 1) «Как я представляю типичного иммигранта» и 2) «Представления моих современников о типичном иммигранте». Рассмотрим некоторые из представленных сочинений.

(1) Иммигрант - новый человек в твоей стране, в твоём обществе. Ранее он жил в другой стране. Поэтому, как любой человек, иммигрант может быть добрым и не очень, честным и не очень, справедливым или отнюдь. Конечно, переезд может изменить человека, оставить свой отпечаток, но лишь отчасти. В моем понимании типичный иммигрант, скорее, человек физического труда, не очень образованный, приехавший на заработки и не обладающий высоким уровнем культуры.

(2). Иммигрант. Ни в коем случае не путать с гастарбайтером! Это человек, который переехал жить в другую страну не просто ради заработка, а в силу обстоятельств, будь то политическая ситуация или потребность в самореализации. Иммигрант не боится рисковать, умеет не только точно расставить приоритеты и цели в жизни, но и делает все, чтобы их достичь. В большей мере это открытые, добродушные, отзывчивые, но расчетливые люди, имеющие свои достоинства и недостатки и отличающиеся только цветом штампа в паспорте.

Следует отметить, что сочинения были написаны коренными жителями России, которые никак не соотносят себя с изучаемым концептом, а лишь делятся своими сторонними наблюдениями касательно рассматриваемой социальной группы. Очевидно, что в сочинениях на тему «иммигрант» приводится описание типичных черт характера, причин и целей переезда в другую страну, а также уровень образованности и профессиональной принадлежности. Анализ полученных сочинений выявил, что в сознании россиян доминирует образ иммигранта как человека с «низким уровнем внутренней культуры», «отсутствием или низким уровнем образования», «отсутствием профессиональной квалификации», выходца из «бедной страны», «приезжающего на заработки». Однако, некоторые респонденты имеют противоположное мнение и типичным иммигрантом представляют «высокообразованного человека» «востребованной профессии», «интеллекта».

Анализ свидетельствует, что образный (не узуальный, приращенный) компонент концепта «иммигрант» не поддается типизации. В сознании современных людей иммигрантом может быть как мужчина, так и женщина, как молодёжь, так и представители старшего поколения, а иногда и целые семьи, он может обладать как высоким, так и низким уровнем культуры.

Третьим этапом моделирования изучаемого нами типажа является дискурсивный анализ употребления лексемы «иммигрант». Для этого мы обратились к НКРЯ (Национальный корпус русского языка). Лексема «иммигрант» чаще всего употребляется в новостных сводках, а также публицистической литературе. В большинстве контекстов иммигранты описываются в качестве оппозиции коренным жителям принимающего государства. Причем противопоставление происходит по самым разнообразным признакам: поведению, имиджу, отношению к работе и т.д.: *Местные боятся за свои рабочие места и еще больше боятся потерять самих себя — в последнем был несомненный резон, потому что страна, в которой сначала каждый пятый, потом каждый третий — иммигрант второго или третьего поколения, уже не та страна, в которой они родились и жили когда-то. Их поймет любой москвич в n-ом поколении, поскольку сам пережил или от родителей слышал о нашествии на мегаполис сельских жителей, которые сюда рвались к лучшей жизни и которых сами местные власти зазывали, чтобы было кому работать на тяжелых и непрестижных рабочих местах. <...> Приезжие опасаются ксенофобии тоже вполне обоснованно и жалуются на относительность хваленной западной демократии, которая совсем не всегда и не в полном объеме распространяется на них (И. Прусс).*

При анализе контекстов употребления лексемы «иммигрант», представленных в НКРЯ, было выявлено, что основной ценностной характеристикой иммигрантов является их изобретательность, а также большое стремление работать в любых условиях, использовать все возможные шансы для закрепления в новой стране и становлении успешными преуспевающими гражданами:

Показывая на один из больших домов в глубине территории, он рассказал: — В этот дом недавно въехал один богатый русский иммигрант-миллионер. — Интересно, как это он сумел составить себе состояние? — сказал я. — Не могу сказать точно, но говорят, что в России он был часовым мастером, а здесь разбогател, организовав продажу дешёвых русских часовых механизмов в оправе дорогих швейцарских часов (В. Голяховский).

Из представленных примеров видно, что контекстуальное описание исследуемого концепта в основном подтверждает основные признаки, выявленные при анализе отраженного в узусе понятийного ядра, уточняя его характеристикой некоторых конкретных черт личности иммигранта (таких как трудолюбие, непритязательность, изобретательность и др.).

Таким образом, в ходе исследования мы пришли к выводу, что лингвокультурный типаж «иммигрант» крайне противоречив и многомерен. Его внутренние противоречия обусловлены крайней избыточностью представителей данного типажа и их неоднородностью. Являясь интернациональным и общеклассовым явлением, типаж

“иммигрант” сочетает в себе как положительные, так и отрицательные черты. Данный лингвокультурный типаж представляет собой узнаваемый образ человека, основными характерными чертами которого являются трудолюбие и непритязательность, при этом зачастую упоминаются такие характеристики как необразованность и невоспитанность.

Несмотря на современные обширные миграционные процессы и многочисленные конфликтные ситуации, касающиеся иммигрантов и процесса иммиграции в целом, в ходе исследования нами не было выявлено четко выраженной негативной коннотации данного типажа.

Литература и источники

1. Васильева Л.А. Лингвокультурный типаж «британский премьер-министр» (на материале современного английского языка): Автореф. дис.канд. филол. наук : 10.02.04 / Васильева Людмила Анатольевна. – Нижний Новгород, 2010. – 19 с.

2. Карасик В.И, Дмитриева О.А. Аксиологическая лингвистика: лингвокультурные типажы: Сб. науч. тр. / Под ред. В.И. Карасика. Волгоград: Парадигма, 2005. – 310 с.

Научный руководитель - канд. филол. наук, доц. Омеличкина С.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81

ТЕОРИЯ КОНФЛИКТОВ В МЕЖКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЯХ

Милославская Р.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

losdolores@mail.ru

На сегодняшний день проблема конфликтов является объектом повышенного внимания в различных отраслях научного знания, что закономерно порождает ее актуальность. Частые контакты между различными культурами зачастую становятся причиной межкультурных конфликтов. Межкультурные конфликты, как правило, возникают тогда, когда одна культура чувствует угрозу со стороны другой, к примеру, когда возникает угроза исчезновения одной культуры из-за нападения другой. Кроме того, конфликты могут возникать из-за недопонимания. Зачастую внутренняя логика одной культуры отличается от логики другой, по этой причине нравы одной культуры могут показаться другим совершенно нелогичными и неприемлемыми.

Ключевые слова: межкультурные коммуникации, теории конфликтов, конфликт, общение, культура.

CONFLICT THEORY IN INTERCULTURAL COMMUNICATIONS

Miloslavskaja R.

Kemerovo State University

Currently, the problem of conflicts is an object of increased attention in various branches of scientific knowledge, naturally generated by its relevance. Frequent contacts between different cultures sometimes cause intercultural conflicts. Intercultural conflicts often arise when one culture feels a threat from another, for example, when the onset of one culture leads to the threat of the extinction of another. Also, conflicts may arise due to misunderstanding. Often the internal logic of one culture is different from the logic of another, so the morals of one culture may seem completely illogical to another.

Key words: intercultural communication, conflict theory, conflict, communication, culture.

Прежде чем рассмотреть, непосредственно, теорию конфликтов в межкультурной коммуникации необходимо определить сущность самих межкультурных коммуникаций.

Межкультурную коммуникацию можно описать как энергично развивающееся и востребованное обществом теоретическое и прикладное научное направление, находящееся на стыке таких наук как: лингвистика, культурология, коммуникативистика и лингводидактика.

Днем рождения межкультурной коммуникации, как академической дисциплины, считается 1954 год, когда была издана книга Э. Холла и Д. Трагера «Culture as Communication» («Культура как коммуникация»), в которой авторы впервые предложили для широкого употребления термин «межкультурная коммуникация», отражавший, согласно их мнению, особую область человеческих отношений. [2, с.155]

Кроме того, межкультурную коммуникацию можно охарактеризовать в виде особого вида деятельности, который выходит за рамки только владения иностранными языками. Рассматриваемый процесс также подразумевает знания в сфере материальной и духовной культуры других народов, религиозных взглядов, ценностей, нравственных ориентиров, идеологических представлений и так далее.

Межкультурная коммуникация затрагивает все сферы нашей жизнедеятельности, будь то учеба, работа, досуг и так далее. А для того, чтобы общение с людьми, которые принадлежат к другой культуре, было успешным, необходимо приложить много усилий. При этом, каждый человек должен осознать смысл разнообразия культур, уметь грамотно доносить какую-либо информацию до своего собеседника, и, естественно, практиковать имеющиеся теоретические знания в процессе межкультурного взаимодействия. [3, с.55]

Основными теориями межкультурной коммуникации являются теория адаптации, координированное управление значением и теория правил, риторическая теория, конструктивистская теория, теория социальных категорий и обстоятельств и теория конфликтов.

В данной статье мы рассмотрим теорию конфликтов.

У термина «конфликт» есть немало толкований и определений. В общем можно сказать, что конфликт это дефицит согласия между двумя сторонами или более, это могут быть определённые лица или группы. Обе стороны делают все, чтобы была принята их точка зрения, их цель. Одна сторона мешает другой делать то же самое.

Существует мнение, что конфликт – это событие всегда неприятное, его следует избегать и при его возникновении незамедлительно разрешать. В настоящее время точка зрения состоит в том, что даже в таких организациях, где эффективное управление конфликты определенного рода возможны, но и желательны. Безусловно, конфликт не всегда имеет положительную форму. Во множестве случаев, конфликт помогает обнаружить разнообразные точки зрения, сообщает дополнительную информацию, помогает открыть большее число проблем и вопросов, что может привести к эффективному выполнению планов, стратегий и проектов, так как рассмотрение различных точек зрения на эти документы следует до их действительного исполнения.

В ядре конфликта находится ситуация, охватывающая или двойственные позиции сторон по какому-либо основанию, различные цели или средства их приобретения, расхождение интересов, желаний, стремлений и т.п. Для разрастания конфликта, нужен повод, это когда одна сторона начинает действовать, пусть даже невольно стесняет потребность другой стороны. Повод ведет к конфликту только при факте противоречий, ожидающих своего разрешения. Конфликт может «подтолкнуть» любое необдуманное сказанное слово или неосторожное действие.

В соответствии с теорией позитивного конфликта, конфликты являются неизбежной принадлежностью повседневной жизни и не обязательно носят деструктивный, дисфункциональный характер.

Теория конфликта в межкультурной коммуникации играет не маловажную роль. Конфликт, в данном случае, считается вполне нормальным явлением. Эта конфликтная

ситуация в свою очередь подвергается регулированию нормами определённой культуры. Каждая культурная общность в свою очередь имеет определённые конфликтные модели и имеет также определённые способы, которые способны разрешать эти конфликтные модели.

Следует отметить, что имеются различия между разрешением конфликтов у коллективистских культур и индивидуалистических культур. В культуре, где господствует коллективизм, особое значение придается причинам конфликта, сильная реакция дается при нарушении правил коллектива, но завершение конфликтов достаточно часто происходит на интуитивном уровне. Индивидуалистические культуры предпочитают разрешать конфликты прямым способом. [1, с.71]

При коммуникации представителей различных культур, по причине недопонимания и конфликтов, зачастую, возникают ошибки в объяснении какого-либо явления, будь то использование вербальных или невербальных способов общения. Подобные недопонимания бывают из-за культурных различий, восприятия мира, менталитета и мировоззрения.

Основной причиной межкультурных конфликтов выступают культурные различия между народами, которые могут принимать форму противоречия или даже открытого столкновения. Так как в настоящее время общество в культурном плане представляет собой довольно пестрое явление, то в нем вполне естественно возникают различные очаги напряжения и конфликты. Ключевым решением данных проблем может стать воспитание в людях понимания, уважения к представителям других культур, а также ознакомление людей с традициями и устоями различных обществ и проведение государствами необходимой политики и грамотной идеологии.

Особенностью конфликта в межкультурных противоречиях является то, что он обусловлен идеологическими установками, противоречивыми оценочными позициями, несовместимостью мировоззрения, религиозных предпочтений, традиционных норм, правил поведения в той или иной ситуации.

Проблема культурных конфликтов всегда связана с проблемами культурной толерантности, с интересом к культуре других социумов и поиском точек ценностных совпадений или пересечений. В силу того, что физическая и психическая природа человечества более или менее одинакова, то основные же ценностные установки у каждого человека и всего социума так же однотипны, поскольку базируются на одних и тех же антропологических и психических основаниях интересов и потребностей. Это дает возможность искать совпадающие ценностные парадигмы в культурах разных сообществ и их социальных групп и манифестировать их для профилактики культурных конфликтов.

Необходимо найти точки соприкосновения ценностных ориентиров, отношений к миру у конфликтующих сторон для того, чтобы снять напряжение между сторонами противоречий, а это и есть главная задача любой политики.

Литература и источники

1. Тернер Дж. Теория конфликта // Тернер Дж. Структура социологической теории. - М., 1985-741с.
2. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. -М., 2000.-624с.
3. Шемякин Я.Г. Этнические конфликты: цивилизационный ракурс // Общественные науки и современность. 1998. - №4 с.49-60

Научный руководитель – канд. филол. наук, ст. преп. Ресенчук А.А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 811'111

СТИЛИСТИЧЕСКАЯ МАРКИРОВАННОСТЬ НАИМЕНОВАНИЙ ДЕНЕЖНЫХ ЕДИНИЦ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Черников Е.В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

Gerycher@gmail.com

В данном фрагменте исследования рассматривается явление стилистической маркированности на примере наименований денежных единиц. В настоящее время разнообразие средств разговорной речи и присутствие в ней значительного количества сленговых образований обуславливает интерес лингвистов к разноаспектному изучению слов и словосочетаний инновационного характера. Важность и актуальность настоящего исследования обусловлена тем, что предметом анализа являются номинативные процессы в сфере нестандартной лексики, обозначающей деньги и денежные отношения. В результате работы были изучены, классифицированы и обоснованы различные способы образования стилистически маркированных наименований денег, что позволило сделать выводы о культурологических особенностях наций, говорящих на английском языке.

Ключевые слова: деньги, доллар, фунт, номинация, стилистическая маркированность, метафора, метонимия.

STYLISTICALLY CHARGED NOMINATIONS OF MONEY IN THE ENGLISH LANGUAGE

Chernikov E.V.

Kemerovo State University

The paper examines the phenomenon of stylistic charge in relevance to the names of money. Currently, a variety of means in spoken language and abundance of slang words and phrases draw the linguists' interest to the complex study of this innovative group of lexical units. The importance and topicality of such research is motivated by the fact that the subject of the analysis is nominative processes in the corpus of non-standard vocabulary denoting money and monetary relations. As a result, the paper presents a classification of stylistically charged units based on the nomination type criterion, which made it possible to form some conclusions about cultural peculiarities of the English-speaking communities.

Key words: money, dollar, pound, nomination, stylistic charge, metaphor, metonymy.

В настоящее время деньги занимают очень важную позицию, выполняя множество функций, необходимых в условиях современных реалий. Они выступают средством платежа, обмена, измерения стоимости. В каждой стране установлена уникальная денежная система, включающая в себя денежные знаки, единицы, отношения, определяемые законодательным путём.

Являясь уникальным и распространённым концептом, деньги обладают широким спектром обозначений в разговорном языке. В современном обществе царят товарно-денежные отношения, и роль денег невозможно переоценить. Деньги как фрагмент антропоцентрического пространства признаются одним из важных факторов человеческой деятельности. От культуры к культуре они могут иметь вариативную трактовку - как символ власти и могущества, свободы и удовольствия, как мерило всех ценностей, в том числе и духовных. Однако все культурные общности признают, что деньги - это необходимость. С помощью языка, осмысляя реальную картину мира, человек отражает свой опыт, мировоззрение, отношение к деньгам, то возвышая их, то демонстрируя их преходящее для человеческого бытия значение.

В настоящем исследовании рассмотрению подлежит один из наиболее интересных сегментов словарного корпуса современного английского языка – стилистически маркированные обозначения денежных единиц и отношений. Данные слова и

словосочетания почерпнуты из различных лексикографических источников и систематизируются в зависимости от их функционально-стилистической принадлежности и способа номинации.

Известно, что денежной единицей Великобритании является фунт стерлингов, США – американский доллар. Словесные обозначения данных единиц обладают своей уникальной историей. Изначально фунт как денежная единица означал вес 240 серебряных пенсов (разменная монета Великобритании). Когда в 1971 г. страна перешла на десятичную денежную систему, один фунт стал эквивалентен 100 пенсам. Слово “стерлинг” появилось ещё в 10-м веке и обозначало старинную английскую серебряную монету – пенни. С 17-го века эта номинация используется как обозначение английской валюты в отличие от денежных единиц других стран (*to pay in sterling = to pay in English money*).

Слово “доллар” происходит от названия монеты, впервые отчеканенной в начале 16-го века. За этот период времени изменилось его написание (*taler-daler-dollar*), более двух веков оно использовалось в Германии и Испании. В 1782 г. Томас Джефферсон предложил использовать данную номинацию в качестве названия американской денежной единицы, чтобы получить независимость от британского фунта стерлингов [1].

Парадигматические отношения в сфере обозначений денежных единиц отличаются вариативностью синонимов, ряды которых пополняются, прежде всего, за счет жаргонизмов и сленга. Отметим при этом, что ведущим словообразовательным механизмом является перенос наименования по типу метафоры [2]. Взяв за основу утверждение о том, что деньги ассоциируются с «хлебом насущным», можно выделить целую группу метафорических производных от названий продуктов питания. Ср.: *Bacon* (бекон), *bread* (хлеб), *cabbage* (капуста) и т.д. Анализ свидетельствует, что в основе вторичных наименований лежат самые разнообразные мотивирующие признаки (цвета, качества, количества, значимости и т.д.), которые характеризуются яркой образной маркированностью.

Интерес представляет и тот факт, что первичные номинации продуктов питания участвуют в формировании фразеологических значений [3]. Дискретно представлен синонимический ряд наименований денег, образованных по ассоциативному признаку зеленого цвета американского доллара: *lettuce, cabbage, green, greeny, cucumber, greenbacks* (*\$1 banknote*), *lean green, green stuff*. В двух последних примерах подчеркивается негативное отношение к деньгам: “*lean*” – имеющий небольшую ценность, убогий (ср. “презренный металл”), “*stuff*” – хлам, чепуха, разная мелочь. С введением новых долларовых банкнот, данная группа пополнилась новыми наименованиями, также образованными по мотивирующему признаку цвета. Ср.: *blue cheese* (синий сыр) и *blue cheddar* (синий чеддер) являются отсылками на 100-долларовую банкноту, появившуюся в 2009 году.

Кроме метафорического типа словообразования в исследуемой группе идентифицированы случаи метонимического переноса. Так, признак надежности, прочности, чего-то ценного для человека находит отражение в следующих разговорных единицах: *brass, gold, coin, silver, bronze, loot, hard money, guineas, nickel, bones, nuggets* (медяки, серебро, медь, богатство, монеты, кости, слитки).

Наряду с вышеотмеченными группами обозначений денег, выборка показывает наличие и синхронно немотивированных номинаций, имеющих экзотическое происхождение: *do-re-mi, rhino, spondulics, muzume, mulla* и под.

Таким образом, изучение обозначений денежных единиц позволяет сформировать представление о некоторых культурологических особенностях англоговорящих наций через отношение носителей языка к деньгам. Развитие национальных экономик и обществ неизбежно влечет за собой изменение статуса и значимости денежных систем и отношений, что оказывает безусловное влияние на сохранение тенденции вариативного словесного творчества в сфере номинации денег.

Литература и источники

1. 1. Словари, энциклопедии и справочники – [электронный ресурс] URL: <https://slovar.cc>
2. Г.Р. Ганиева, Р.С. Гараева, Л.Р. Славина. Социально маркированные сленгизмы в англоязычной рэп лирике/ Г.Р. Ганиева, Р.С. Гараева, Л.Р. Славина – Издательство «Грамота», 2017.
3. Н.М. Шанский. Фразеология современного английского языка/ Шанский, Н.М. – М.: 1985
4. Н.Н. Амосова. Основы английской фразеологии/ Амосова Н.Н. – М.: 1989
5. Л.П. Крысин. Социальная маркированность языковых единиц/ Крысин, Л.П. – М.: 2000.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Омеличкина С. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81

ЯВЛЕНИЕ ПОЛИТКОРРЕКТНОСТИ, КАК СЛЕДСТВИЕ ТАБУИРОВАНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ МЕДИА-ТЕКСТАХ

Шульгина А.Е.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

anastasia_schulgina13@mail.ru

Тема настоящей работы посвящена исследованию явления политической корректности. Явление политкорректности по-прежнему остается актуальной и перспективной областью исследования и привлекает внимание многих исследователей, работающих в русле современной лингвокультурологии. Данное явление является следствием табуирования, которое репрезентативно представлено в современных немецкоязычных медиа-текстах. Изучение данной темы ведется в аспекте репрезентативности табу в языке современных немецкоязычных СМИ. Несмотря на открытость и демократичность немецкого общества, в немецкой языковой культуре по-прежнему существуют табуированные темы. Исследование ведется на репрезентативной выборке материала, выбор медиа-текстов в качестве материала исследования обоснован, так как такого рода тексты наиболее ярко отражают современные тенденции в языке, в использовании и запрете использования определенных лексических единиц или выражений. Работа посвящена выявлению тем современных табу, определение их роли в создании политкорректности в современных немецкоязычных текстах.

Ключевые слова: табу, политическая корректность, медиатекст, современные немецкие СМИ, явление политкорректности, эвфемизмы.

THE POLITICAL CORRECTORITY PHENOMENON AS A CONSEQUENCE OF TABOO IN MODERN GERMAN-LANGUAGE MEDIA TEXTS

Schulgina A.E.

Kemerovo State University

The topic of this work is devoted to the study of the phenomenon of political correctness. The phenomenon of political correctness still remains an urgent and promising area of research and attracts the attention of many researchers working in line with modern linguoculturology. This phenomenon is a consequence of taboo, which is representatively presented in modern German-language media texts. The study of this topic is conducted in the aspect of the representativeness of taboos in the language of modern German-language media. Despite the openness and democratic nature of German society, a taboo theme still exists in German language culture. The

study is conducted on a representative sample of material, the choice of media texts as the research material is justified, since such texts most clearly reflect current trends in the language in the use and prohibition of the use of certain lexical units or expressions. The work is devoted to identifying topics of modern taboos, determining their role in creating political correctness in modern German-language texts.

Key words: taboo, political correctness, media text, modern German media, the phenomenon of political correctness, euphemisms.

Табу, как строгий запрет на совершение какого-либо действия, а также запрет налагаемый на слово или предмет, нарушение которого прежде всего несет вред обществу и влечет за собой наказание, возникает в определенном обществе и обусловлено особенностями этого общества.

Явление лингвистического табу с давних пор привлекает внимание современных исследователей. Этим занимаются такие исследователи, как Поварова Е.И., Полякова О.А., Тереньтева В.К., и другие.

Из разновидностей лингвокультурного табу (прежде всего из табу политического характера) вытекает явление политкорректности.

В связи с широким спектром применения данного термина в публицистике, термин «политическая корректность» трактуется лингвистами, учеными, исследователями со всего мира по-разному, и мы решили обратиться к их формулировкам.

Л.В. Цурикова считает, что политическую корректность можно определить, как “поведенческий и языковой феномен, отражающий стремление носителей языка преодолеть существующую в обществе и осознаваемую обществом дискриминацию в отношении различных членов этого общества” [9].

Н.Н. Шульгин полагает, что политкорректность представляет собой “запрещение обсуждать негативные стороны собеседника и его группы самоидентификации” [10].

Однако существует и другое мнение, касаемо феномена политкорректности. К примеру, советский и российский лингвист С.Г. Тер-Минасова рассматривает его в большей степени применительно к области языка: “Политическая корректность языка выражается в стремлении найти новые способы языкового выражения взамен тех, которые задевают чувства и достоинства индивидуума привычной языковой бестактностью и/или прямолинейностью в отношении расовой и половой принадлежности, возраста, состояния здоровья, социального статуса, внешнего вида и т.п.” [7].

Из данного определения становится ясно, что существует четкая связь политкорректности с языковым табу. Носители языка, избегая называть то или иное явление прямым способом, выбирают нейтральные языковые средства.

Мы можем смело заявить о многогранности, многоаспектности понятия “политическая корректность”. Однако важно выделить, по крайней мере, два существенных момента:

1. Политическая корректность рассматривается как культурно-поведенческое явление, тесно связанное с идеологией и политикой.

2. Некоторые исследователи выделяют языковой аспект политической корректности, который проявляется в поиске новых средств языкового выражения и корректировке языкового кода.

Тенденция к коррекции языка чаще всего применима в СМИ, где целью является избежать внешне- и внутривнутриполитические конфликты, другими словами, употребление эвфемизмов - нейтральных по смыслу и эмоциональной «нагрузке» слов, это часто встречаемое явление в современных медиа-текстах.

Настоящая работа опирается на исследование современных немецких медиатекстов, собранных методом сплошной выборки из онлайн публикаций 2018-2020 гг. Исследование позволило обнаружить явление политкорректности, которое является следствием языкового табу.

Обратимся к анализу исследовательского материала. В Германии оскорбительными стали считаться в последнее время прямые номинации национальной принадлежности человека. Анализ массива медиа-текстов выявил, что многие авторы предпочитают называть согласно правилам политкорректности, проживающего в Германии турка не привычным словом «Turke», а словосочетанием «Mitburger turkischer Herkunft». Гражданина России в Германии всегда традиционно называли «Russe», на сегодняшний же день всё чаще используют выражение «Russlander» (россиянин). (Welt, 20/01/2020)

В последнее время в число нежелательных слов в медиадискурсе попали также: «Aussiedler» (репатриант- обозначение российских немцев, депортированных в ФРГ), «Umsiedler» (переселенец), «Gastarbeiter». Они чаще всего заменяются словосочетанием «unser ausländischer Mitburger» (наш согражданин иностранного происхождения).

Явление политкорректности в Германии обусловлено нацистским прошлым страны. Сегодня, находясь в Германии стоит избегать в речи таких слов, как «Nation» (нация) и «Volk» (народ). Принято считать, что данные слова имеют наследственный порок, поэтому, говоря о немцах, как о народе, следует использовать нейтральное слово «Gemeinschaft» (сообщество). Интересным фактом является, что немцы стараются избегать имени «Adolf», когда обзаводят себя детьми. Они говорят, что это «Name mit einem Schatten» (имя с тенью).

Резюмируя всё вышесказанное, можно сделать вывод о том, что такому явлению, как политическая корректность в Германии уделяется особое внимание. Необходимость контролировать свою речь возрастает в разы. Обходить стороной табу темы, табу слова и выражения помогают нам эвфемизмы - слова с нейтральной окраской. Данный феномен часто используется как в разговорной речи, так и в различных медиа-текстах. Из этого следует, что явление политкорректности, как следствие табуирования, проявляет себя во всех сферах жизни людей, а значит на высшем уровне.

Литература и источники

1. Арутюнова, Н. Д. Дискурс / Н. Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: «Советская энциклопедия», 1990. – 688 с.
2. Бажалкина, Н. С. к проблеме различных подходов к пониманию дискурса в современном языкознании / Н. С. Бажалкина // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2016. – №1. – С. 156–160
3. Ионин Л.Г. Общество меньшинств: политкорректность в современном мире: Препринт WP14/ 2010/01. — М.: Издательский дом Государственного университета — Высшей школы экономики, 2010. — 44 с. «Общество меньшинств: политкорректность в современном мире»
4. Кибрик А.А. О смысле понятия «дискурс СМИ» // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования: материалы 2-й Междунар. конф. (Москва, филологический факультет МГУ, 14 – 16 февраля 2008 г.). М., 2008. С. 179 – 182
5. Панин, В. В. Политическая корректность как культурноповеденческая и языковая категория: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / Панин Виталий Витальевич. – Тюмень, 2004. – 24 с.
6. Прудывус А. Н. Эвфемизмы в немецком и русском языках // Россия и Германия: прошлое и настоящее. Материалы межвузовской междисциплинарной научнопрактической конференции 22-23 апреля 2004. ГОУВПО «КГПУ». - Петрозаводск, 2004.-С. 104-107.
7. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация.- М.: Слово, 2000.- С. 227.
8. Федоров А.В. Медиаобразование: история, теория и методика. Ростов н/Д, 2001. 708 с.
9. Цурикова Л.В. Политкорректность как социо-культурный прагматический феномен.// Эссе о социальной власти языка/Под ред. Л.И. Гришаевой. -Воронеж: Вестник Гос. Универ.. 2001. -с. 94-102.
10. Шульгин Н.Н. За горизонтами политкорректности//Вопросы философии. 2003, № 6.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Смирнова А.Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

РЕЧЕВОЕ ЖАНРОВЕДЕНИЕ И АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ТЕКСТА

УДК 81

ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ НЕВЕРБАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ В РОМАНЕ М. А. БУЛГАКОВА «МАСТЕР И МАРГАРИТА»

Адайкина А. В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
anastasiya.adaykina@yandex.ru

Статья посвящена рассмотрению гендерной составляющей в романе «Мастер и Маргарита». При рассмотрении данного художественного произведения продемонстрированы многочисленные примеры, подтверждающие гендерные различия на кинесическом уровне, которые соответствуют стереотипам общества. Однако в тексте замечено присутствие репрезентаций голоса и кинесических элементов, которые не соответствуют гендерным стереотипам социума. Представлены случаи, когда характеристика, свойственная, к примеру, мужчине, наблюдается у женщин, и наоборот. Подобные исключения можно объяснить проявлением эмоциональной реакции на определённую ситуацию.

Ключевые слова: Невербальные компоненты коммуникации, мимика, физиогномика, семиотика, кинесика, художественный текст, М. Булгаков "Мастер и Маргарита".

GENDER STEREOTYPES OF NONVERBAL BEHAVIOR IN THE NOVEL «THE MASTER AND MARGARITA» BY M. BULGAKOV

Adajkina A.

Kemerovo State University

The article is devoted to the consideration of the gender component in the novel "the Master and Margarita". When considering this work of art, numerous examples are shown that confirm gender differences at the kinesic level, which correspond to the stereotypes of society. However, the text shows the presence of voice representations and kinesic elements that do not correspond to the gender stereotypes of society. There are cases when a characteristic characteristic, for example, of a man, is observed in women, and Vice versa. Such exceptions can be explained by the manifestation of an emotional reaction to a particular situation.

Keywords: Non-verbal components of communication, mimics, physiognomics, semiotics, kinesics, artistic text, M. Bulgakov "Master and Margarita."

Значительную часть своей жизни человек участвует в коммуникации. Но многие не допускают, что большинство информации приходится на невербальные формы общения. Жест, мимика, поза, взгляд часто могут сказать намного больше, чем обычные слова. Невозможно увидеть и понять полностью картину всего процесса коммуникации, если брать во внимание только вербальное поведение говорящего. Именно поэтому невербальные компоненты коммуникации стоит изучать наравне с вербальными. Тексты художественных произведений являются огромным материалом для различных исследований как на уровне семантики невербальных компонентов коммуникации и особенностей их употребления, так и своеобразия их словесных репрезентаций.

Актуальность данного исследования обусловлена ещё и включённостью в следующие современные направления: 1) семиотика; 2) литературоведение; 3) гендерная проблематика.

Объект исследования – невербальные средства коммуникации.

Предмет исследования – репрезентация невербального поведения в художественном тексте (на примере романа М. Булгакова «Мастер и Маргарита»).

Цель настоящего исследования – провести анализ особенностей репрезентации невербальных компонентов коммуникации в тексте романа М. А. Булгакова «Мастер и Маргарита».

Материалом исследования послужили контексты из романа М. Булгакова «Мастер и Маргарита», содержащие невербальные компоненты коммуникации.

Новизна работы проявляется в том, что ранее невербальные компоненты коммуникации не рассматривались на примере романа М. А. Булгакова «Мастер и Маргарита» в гендерном аспекте.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что описанные особенности репрезентации невербальных компонентов коммуникации в художественном тексте вносят определённый вклад в развивающуюся невербальную семиотику.

Практическое значение работы заключается в возможностях использования теоретических положений и иллюстративного материала на занятиях по лингвистическому анализу текста, невербальной семиотике.

Персонажи, представленные в романе М. А. Булгакова «Мастер и Маргарита», неоднозначны, но колоритны. В процессе коммуникации, в невербальных компонентах мужчин и женщин наблюдается множество отличий. Поскольку жесты имеют ярко выраженную биологическую основу, то некоторые исследователи считают, что гендерные различия априори совершенно очевидны. В данной работе предпринята попытка исследовать различия в представлении невербальных компонентов коммуникации как у мужчин, так и у женщин.

Фонационные средства.

Голос является неотъемлемой частью существования человека. Сохраняется стереотипность при описании в романе фонационных средств. Так, мужские голоса, как правило, описаны, как низкие, хриплые, глухие, сильные, тяжелые, твёрдые, страшные и пр.

«– Приветствую вас, королева, и прошу меня извинить за мой домашний наряд. Голос Воланда был так низок, что на некоторых словах давал оттяжку в хрип».

«–Пропустите-ка, – сказал Иван санитарам, сомкнувшись у дверей. – Пустите вы или нет? – страшным голосом крикнул поэт».

Женские же голоса, в свою очередь, представлены, как нежные, звучные, музыкальные, грустные, молящие, дрожащие и пр.:

«– Я всегда, всегда останавливала его, когда он чертыхался! Вот и дочертыхался, – тут красавица подбежала к письменному столу и музыкальным нежным голосом, немного гнусавым после плача, воскликнула: – Проша! где вы?»

«Маргарита упрашивала мастера дрожащим голосом: – Выпей, выпей».

Тем не менее, в произведении также присутствуют репрезентанты голоса, не соответствующие мужским и женским стереотипам. Фигурируют случаи, когда та или иная характеристика голоса присущая женщине наблюдается у персонажей мужского пола, и наоборот. Но данное несоответствие, в большинстве случаев, объясняется эмоциональным напряжением героя или его особенностью.

«– Мессир, вам стоит это приказать!.. – отозвался откуда-то Коровьев, но не дребезжащим, а очень чистым и звучным голосом».

Иногда одна и та же характеристика присутствует и у женского, и у мужского пола. В романе такой характеристикой является глухой голос:

«– А вы их знаете в лицо? – Всех до единого, – ответил рыжий. – Скажите, – заговорила Маргарита, и голос ее стал глух, – среди них нету критика Латунского?»

«Мастер отстранил ее от себя и глухо сказал: – Не плачь, Марго, не терзай меня. Я тяжело болен.»

Следовательно, анализ репрезентантов голоса в романе М. Булгакова «Мастер и Маргарита» позволил выявить существующие гендерные стереотипы. Однако в отдельных случаях голосовые характеристики мужчин и женщин совпадают, но, как правило, это связано с особым эмоциональным состоянием героя или с его характерными особенностями.

Жестовые компоненты.

Известно, невербальные поведения мужчин и женщин расходятся, так как жестовые компоненты и у одних и у других имеет биологическую основу, а значит, противопоставление мужских и женских кинесических элементов считается более чем уместным.

В романе М. А. Булгакова «Мастер и Маргарита» мужчинам свойственны жесты, выполняющие повелительную функцию, к примеру:

«...Маргарита узнала Азazelло. Тот жестом пригласил Маргариту сесть на щетку, а сам вскочил на длинную рапиру»

Женские жесты, в основном, выполняют эмотивную функцию:

«Наташа всплеснула освободившимися руками.»

Помимо всего вышесказанного, в романе Михаила Афанасьевича Булгакова присутствуют жесты, которые в равной мере используются и мужчинами, и женщинами. Это жесты, относящиеся к коммуникативной функции:

«— Но к делу, к делу, Маргарита Николаевна. Вы женщина весьма умная и, конечно, уже догадались о том, кто наш хозяин. Сердце Маргариты стукнуло, и она кивнула головой.»

«— Позвольте мне с ним пошептать? Воланд кивнул головой, и Маргарита, припав к уху мастера, что-то прошептала ему.»

В ходе исследования удалось выявить и рассмотреть гендерную составляющую в романе «Мастер и Маргарита». При рассмотрении данного художественного произведения продемонстрированы многочисленные примеры, подтверждающие гендерные различия на кинесическом уровне, которые соответствуют стереотипам общества. Однако в тексте замечено присутствие репрезентаций голоса и кинесических элементов, которые не соответствуют гендерным стереотипам социума. Представлены случаи, когда характеристика, свойственная, к примеру, мужчине, наблюдается у женщин, и наоборот. Подобные исключения можно объяснить проявлением эмоциональной реакции на определённую ситуацию.

Литература и источники

1. Крейдлин Г. Е. Невербальная семиотика и эстетика движений // Современная семиотика и гуманитарные науки. – М., 2010. – С. 243–258.
2. Крым И. А. Жестовые компоненты речевой коммуникации. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук. Кемерово. 2004 – 24 с.
3. Ганина, В. В. Невербальные компоненты коммуникации, отражающие эмоциональные реакции человека: гендерный аспект: На материале англоязычных художественных текстов. Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук. Иваново, 2005. – 199 с.

Научный руководитель д-р филол. наук, проф. Лебедева Н.Б., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 811'161.1

ЗАГАДКИ В РЕЧИ ДЕТЕЙ КАК ОТРАЖЕНИЕ ИХ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЫ МИРА

Аксиненко Е. А.

Данное исследование выполнено в русле онтолингвистики. В статье рассматриваются загадки как результат становления языковой личности детей дошкольного возраста. Цель исследования заключается в выявлении роли загадок в формировании и отражении мировидения детей дошкольного и младшего школьного возраста. Показано, что дети с ранних лет находятся под влиянием культуры, места, где родились и воспитываются, ведь через загадки передаются традиции прошлого и настоящего времени. В работе представлен опыт классификации собранных загадок. Результаты исследования позволяют выявить универсальные и культурные черты языковой картины мира детей-дошкольников.

Ключевые слова: познание мира, картина мира, культура, язык, онтолингвистика, загадки, детская речь, ребенок.

RIDDLES IN CHILDREN'S SPEECH AS A REFLECTION OF THEIR LANGUAGE PICTURE OF THE WORLD

Aksinenko E. A.

Kemerovo State University

This research is carried out in the context of ontolinguistics. The article considers riddles as a result of the formation of the language personality of preschool children. The Purpose of the research is to identify the role of riddles in the formation and reflection of the worldview of preschool and primary school children. It is shown that children from an early age are influenced by the culture, the place where they were born and brought up, because the traditions of the past and present are transmitted through habits. The paper presents the experience of classification of collected riddles. The results of the study allow us to identify the universal and cultural features of the language picture of the world of preschool children.

Keywords: cognition of the world, picture of the world, culture, language, ontolinguistics, riddles, children's speech, child.

Ученые уже давно начали изучать детскую речь. Первыми, кто затронул эту тему, были психологи. Они пытались выявить пути развития когнитивных возможностей ребенка, соотнести речевое развитие с такими познавательными процессами, как восприятие, память и мышление. В настоящее время сущность и особенности детской речи рассматриваются в рамках онтолингвистики [1; 2]. Онтолингвистика – молодая научная дисциплина, которая только в последней четверти прошлого века получила свое развитие. Учёных, работающих в области онтолингвистики, интересуют вопросы становления языковой / речевой способности детей и их лингвокреативной деятельности. Детская речь – это особый этап онтогенетического развития речи детей дошкольного и младшего школьного возраста. В своей речи дети реализуют «осознанную установку на слово- и формотворчество» [1, с. 20], которая, на наш взгляд, проявляется в способности детей сочинять и отгадывать загадки.

Как известно, загадки хранят в себе культуру и жизнь народа, отражают особенности его мышления. Через загадки передаются традиции прошлого и настоящего времени.

Цель исследования заключается в выявлении роли загадок в формировании и отражении мировидения детей дошкольного и младшего школьного возраста. В качестве материала исследования выступают 123 загадки, сочиненные детьми обозначенной возрастной категории.

Ход исследования включает три этапа:

- 1) распределение собранных загадок по классификации В. П. Аникина [3];
- 2) выделение и анализ приемов, которые используются детьми при создании загадок;

- 3) характеристика количественного состава загадок;
- 4) выявление особенностей языковой картины мира детей – создателей загадок.

Ребенок – это особый тип языковой личности, который формирует свой особенный взгляд на мир. Мировосприятие детей во многом отличается от мировосприятия взрослых людей. Это обусловлено тем, что у детей свое особое мышление, которое формируется по мере их социализации, вхождения в окружающий мир. Языковая картина мира ребенка постоянно меняется и развивается, постольку он постепенно познает окружающую действительность. Картина мира ребенка, с одной стороны, очень проста (по охвату предметов, их признаков), но, с другой стороны, динамична. О своеобразии мировосприятия детей можно судить по их речи. Процесс речевого развития в дошкольный период связан с формированием навыков связной речи. Дети постепенно осваивают тексты разных жанров, прежде всего, фольклорных (сказки, потешки, загадки и др.).

Загадки – одно из художественных проявлений устной народной поэзии. Д. Н. Ушаков писал, что загадка – это «иносказательное изображение в короткой формуле предмета или явления, которое нужно угадать; выражение, требующее разгадки» [4]. Использование загадок в общении с дошкольниками очень значимо. С их помощью у детей быстрее развиваются разные умения и способности: способность анализировать, способность делать выводы, умение выделять самые важные элементы и т.д. Загадки побуждают ребенка быть более внимательным. Сама форма загадки делает обучение интересной и увлекательной игрой, которая позволяет тренировать ребенка в использовании различных языковых средств и языковых конструкций. Загадка – это задача, представленная в краткой форме, которую нужно решить, своего рода испытание.

Существует несколько классификаций загадок на основе различных признаков. В данной работе мы будем опираться на классификацию, которую разработал В. П. Аникин [3]. По этой классификации загадки группируются по форме и приемам создания образа загадываемого предмета / явления. Исследователь выделяет следующие разновидности загадок:

- 1) описательные;
- 2) олицетворение;
- 3) диалог;
- 4) речь от первого лица;
- 5) вопрос;
- 6) омонимия.

Среди собранных нами загадок мы обнаружили следующие виды:

1) описательные (66 загадок)

Примеры:

(1) *Она летает,*

18. *она такая серая,*

19. *но бывают и другие.*

20. *Ответ: птицы (мальчик, 7 лет).*

21. (2) *Дикий, но не медведь. Хищный, но не волк. Тело покрыто рыжей шерстью, но не белка.*

Ответ: лиса (девочка, 7 лет).

В обоих примерах загадок детьми используется такой прием, как отрицание.

2) олицетворение (14 загадок)

Примеры:

(1) *У нас на кухне появился слон,*

22. *На плиту уселся он.*

23. *И свистит, и пыхтит,*

24. *В животе вода кипит.*

25. *Ответ: чайник (девочка, 6 лет).*

(2) *Ходит дерево по гостям,*

26. *Радует детей.*

27. *но ног нет.*

28. *Ответ: ель (девочка, 6 лет).*

29. Приведенные загадки построены с помощью приема олицетворения, который позволяет детям соотносить неживое через живое.

3) диалог (8 загадок)

Примеры:

(1) *Все его мы с детства знаем –*

Удивительнейший фрукт,

Апельсин напоминает,

Называется -....

Ответ: грейпфрут (девочка, 7 лет).

(2) *Серая, пушистая, но не волчица.*

Полосатая, но не тигрица.

Есть усы, но не дед.

Называй скорей ответ!

Ответ: кошка (мальчик, 6 лет).

Мы видим, что загадчик через загадку напрямую обращается к человеку или людям, которые в данное время отгадывают эту загадку. В зависимости от того, кто, когда и где слышит эту загадку, и от того, кто, когда и где ее отгадывает, меняются люди, которые участвуют в этом своеобразном диалоге.

30. **4) речь от первого лица** (6 загадок)

31. Примеры

(1) *У меня подружек много,*

Все мы очень хороши.

Если нужно человеку,

Мы поможем от души.

Ответ: книги (мальчик, 7 лет).

(2) *Дожидаюсь вас, ребята!*

32. *Очень, очень я красив!*

33. *Почему же не берете?*

34. *Потому*

что

ядовит!

Ответ: мухомор (девочка, 6 лет).

35. **5) вопрос** (20 загадок)

36. (1) *Сидело два кузнечика,*

37. *Один ускакал,*

38. *Сколько теперь стало?*

39. *Ответ: один (мальчик, 6 лет).*

40. (2) *Есть у ежика, у елки, у шприца. Что это?*

Ответ: игла (мальчик, 6 лет).

б) омонимия (9 загадок)

(1) *Тикают, считают, время исчисляют,*

Ходят и спешат, хотя на месте стоят.

Ответ: часы (мальчик, 5 лет).

(2) *Она красивая, она светится,*

Яркая, светлая,

Смотрится красиво!

Ответ: люстра (девочка, 6 лет).]

Анализ речетворческого материала показал, что по количеству преобладают описательные загадки, поскольку дети воспринимают реалии через их характерные

признаки (цвет, размер, форма и т. п.). Дошкольникам и младшим школьникам легче использовать сравнение для того, чтобы описать загадываемый предмет или явление. В языковой картине мира детей главное место занимают люди и предметы, которые и становятся объектом загадывания. В каждой загадке ребёнок отражает свои знания и представления о мире, который его окружает.

Литература и источники

1. Гридина, Т. А. Онтолингвистика. Язык в зеркале детской речи: учебное пособие / Т. А. Гридина. 2-е изд., стер. – М.: Флинта, 2013. – 152 с.
2. Цейтлин, С. Н. Зачем изучать речь ребенка / С. Н. Цейтлин // Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/zachem-izuchat-rech-rebenka> (дата обращения 15.03.2019).
3. Аникин, В. П. Русские народные пословицы, поговорки, загадки и детский фольклор / В. П. Аникин. – М.: Учпедгиз, 1957. – 240 с.
4. Ушаков, Д. Н. Толковый словарь русского языка / Д. Н. Ушаков // Режим доступа: <https://ushakovdictionary.ru/word.php?wordid=16008> (дата обращения 10.04.2019).
5. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов // Режим доступа: <https://slovarozhegova.ru> (дата обращения 10.04.2019).

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Проскурина А. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 811.111

ФУНКЦИОНАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТОВ ЖАНРА «COMMENCEMENT SPEECH» В АНГЛИЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ

Кузьмина Н.В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

nkuzzmina@gmail.com

В данной статье исследуется функционально-коммуникативная специфика текстов жанра «Commencement speech». Отправной точкой является определение основополагающего термина — речевого жанра. Рассматриваются его особенности, классификация речевых жанров и жанрообразующие признаки, дается определение термину «публичный дискурс». Суммируя все вышеперечисленные понятия, возможно дать дефиницию такого явления как «Commencement speech». «Commencement speech» представляет собой напутственную речь студентам-выпускникам, которая, как правило, произносится известным для данной страны человеком или мировой знаменитостью. В первую очередь, основной задачей речевого жанра «Commencement speech» является донесение определенной информации до слушателей. Вместе с тем, другая задача текстов данного жанра заключается в поздравлении выпускников. Важно отметить, что жанр «Commencement speech» имеет своеобразную структуру. Первая часть — вводная, где спикер приветствует всех присутствующих. Вторая часть выступления является основной, где оратор ставит тему, выбирает путь ее развития, приводя реальные факты из жизни. Третья часть представляет собой заключение: оратор делает выводы из сказанного, дает советы и пожелания выпускникам университета. Кроме того, в данной работе проводится анализ лексических, грамматических и стилистических особенностей организации текстов жанра Commencement speech.

Ключевые слова: речевой жанр, публичный дискурс, жанрообразующие признаки, текст, Commencement speech, выступление.

FUNCTIONAL AND COMMUNICATIVE FEATURES OF THE TEXTS

OF THE GENRE «COMMENCEMENT SPEECH» IN THE ENGLISH LANGUAGE CULTURE

Kuzmina N.V.

Kemerovo State University

This article presents the research of the functional and communicative specificity of texts of the genre “Commencement speech”. The starting point is the definition of a fundamental term - the speech genre. In addition, here are considered its features, classification of speech genres and genre-forming features. Besides, the term “public discourse” is defined in this paper. Summarizing all of the above concepts, it is possible to give a definition of such a phenomenon as Commencement speech. Commencement speech is a kind of a parting speech for the university graduates. As a rule, it is performed by a well-known person of this country or a world celebrity. First of all, the main purpose of this speech genre is to convey certain information to the audience. Moreover, another aim of Commencement speech is to congratulate the students. It is important to note that the genre of Commencement speech has a peculiar structure. The first part is an introduction where the speaker greets all those present. The second part of the speech is the main one. The speaker puts the topic, chooses the path of its development, citing real facts from his own life. The third part is final. The speaker draws conclusions from what has been said, gives advice and wishes to university graduates. Furthermore, here are analyzed the lexical, grammatical and stylistic features of the organization of texts in the Commencement speech genre.

Key words: speech genre, public discourse, genre-forming features, text, Commencement speech, performance.

«Commencement speech» – это явление, представляющее большой интерес для исследования, поскольку в настоящее время данное понятие мало изучено и практически не описано. Этот речевой жанр крайне не распространен в нашей культуре, однако представляется возможным дать примерное определение этого явления на русском языке. Так, «Commencement speech» - это напутственная речь, произносимая для студентов-выпускников вузов, но сам термин при этом также связан и со средне-специальными учебными заведениями. Обычно такая речь зачитывается влиятельными в обществе личностями или известными в культуре людьми (актерами, певцами, режиссерами и другими). В колледжи и университеты довольно часто приглашают различных политиков, почётных граждан страны и других ораторов, которые, будучи связанными в данной ситуации с этим речевым жанром, будут называться «commencement speakers» (спикеры).

Так, для проведения анализа необходимо, прежде всего, дать дефиниции таким понятиям как речевой жанр и публичный дискурс.

По мнению М.М. Бахтина, речевой жанр – это «относительно устойчивый тематический, композиционный и стилистический тип высказываний (текстов)»[1]. Важно отметить, что тексты речевого жанра объективны по отношению к индивиду, выражают субъективную оценку говорящего. Также при анализе важно обратить внимание на существующие особенности речевого жанра. Например, Т.В. Шмелева классифицирует речевые жанры на соответствующие группы: информативные, императивные, этикетные и оценочные[2]. Актуальность различения этих четырех видов речевого жанра подтверждается тем, что для некоторых из них в языке выработаны особые грамматические формы, разные лексические показатели жанров.

Публичный дискурс, в свою очередь, напрямую относится к явлению речевого жанра, поскольку он также будет иметь индивидуальную субъективную точку зрения спикера. В самом широком смысле публичный дискурс — это дискурс, ориентированный на массового адресата. Адресантом в публичном дискурсе выступает индивидуальный речедеятель, обладающий высоким уровнем коммуникативной компетентности[3].

Собственно говоря, приглашенный выступающий, как правило, действительно профессионально связан с речевой деятельностью. Так, для нашего исследования в качестве

материала выступили тексты жанра «Commencement speech», произнесенные Стивом Джобсом, Джимом Керри, Стивеном Спилбергом, Джоан Роулинг, Эллен Дедженерес, Опррой Уинфри, Натали Портман и Биллом Гейтсом.

Что касается построения текстов жанра «Commencement speech», они имеют довольно четкую структуру. Первая часть является вводной, своего рода организационной, где спикер приветствует студентов-выпускников и других присутствующих. К примеру, Стив Джобс начинает свою речь таким образом: *"I am honored to be with you today at your commencement from one of the finest universities in the world...Congratulations on your big day"*[4]. Вторая часть выступления — это основной блок. Оратор задает тему своего выступления, выбирает путь ее развития и при этом приводит действительные жизненные аргументы. Например, Джоан Роулинг так продолжает своё повествование: *"I have decided to talk to you about the benefits of failure. And as you stand on the threshold of what is sometimes called 'real life', I want to extol the crucial importance of imagination...Looking back at the 21-year-old that I was at graduation..."*[5]. Третья часть заключительная, здесь оратор подводит к выводу свое высказывание, выносит определенную мораль и дает напутствие выпускникам. Так, Опра Уинфри выбирает следующие слова для завершения своего выступления: *"In a few moments, you'll all be officially Stanford grads - '08! You have the heart and the smarts to go with it. And it's up to you to decide, really, where will you now use those gifts?"*[6].

При исследовании мы обратили особое внимание на лексику и грамматику текстов «Commencement speech», поскольку лексическая и грамматическая организация высказываний данного речевого жанра будет значительно отличаться от организации текстов других жанров. Так, к примеру, можно отметить, что в текстах чаще всего употребляются статальные глаголы различных категорий: *"I found what I loved to do early in life"*[4], *"I knew exactly what I wanted to do, and some of you know, but some of you don't."*[7]. Важным представляется анализ стилистики текстов «Commencement speech», так как данные публичные выступления всегда носят эмоционально-оценочный, торжественный и вместе с тем официальный характер представления. Например, Эллен Дедженерес неоднократно использует определенные повторения и подхваты для эмоционального усиления высказывания: *"I'm here because of you. Because I can't think of a more tenacious, more courageous graduating class"; "...wearing your robes. Usually when you're wearing a robe at 10 in the morning..."*[8].

В связи с вышеуказанным, мы также провели анализ роли сопутствующих факторов выступления — мимики и использования жестов. Довольно часто оратор использует различные жесты или выражает мимикой определенную оценку. К примеру, Джим Керри активно использует язык жестов и мимику на протяжении всего выступления[9]. Действительно важно учитывать данные факторы при нашем исследовании, поскольку публичная речь ориентирована на зрителя, ее цель — это привлечение внимания всей аудитории.

Подводя итог вышесказанному, можно утверждать, что тексты жанра «Commencement speech» обладают своеобразными функционально-коммуникативными особенностями, направленными на реализацию главной цели данного жанра.

Литература и источники

1. Бахтин, М.М. Проблема речевых жанров [Текст] / М.М. Бахтин // Эстетика словесного творчества. – М., 1979. - С. 237-280.
2. Шмелева, Т.В. Модель речевого жанра [Текст] / Т.В. Шмелева. // Жанры речи. Вып. 1. – Саратов, 1997. - С. 91-93.
3. Воронцова, Т.А. О Соотношении понятий публичный дискурс — язык СМИ — публичная речь [Текст] / Т.А. Воронцова. // Вестник Удмуртского Университета, 2008. - 6 с.

4. Речь Стива Джобса в Стенфордском университете в 2005 году (текст) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://news.stanford.edu/news/2005/june15/jobs-061505>
5. Речь Джоан Кэтлин Роулинг в Гарвардском университете в 2008 году (текст) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://news.harvard.edu/gazette/story/2008/06/text-of-j-k-rowling-speech>
6. Речь Опры Уинфри в Стэнфордском университете в 2008 году (текст) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/oprahwinfreystanfordcommencement.htm>
7. Речь Стивена Спилберга в Гарвардском университете в 2016 году (текст) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.entrepreneur.com/article/276561>
8. Речь Эллен Дедженерес в Тюлэйнском университете в 2009 году (текст) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://singjupost.com/ellen-degeneres-2009-commencement-speech-at-tulane-university-full-transcript>
9. Речь Джима Керри в Университете Махариши в 2014 году (видео) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.youtube.com/watch?v=V80-gPkpH6M>

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Ермолаева Е.Н., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81-11

ВОЕННАЯ ТЕМАТИКА В ЭПИСТОЛЯРИИ И МЕМУАРИСТИКИ

Лебедева А.С.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

Gorod_ne_ysnet@mail.ru

В конце 80-х годов XX в. интересы лингвистов стали фокусироваться на таком феномене как «человек в языке». Антропоцентризм стал одним из главных параметров современной лингвистики. Интерес лингвистов всё больше проникал в исследование человеческого фактора в языке, роли человеческой личности, её индивидуальности и неповторимости обусловило большой интерес к изучению дискурса. Данная статья посвящается сопоставительному анализу мемуарных текстов и писем с фронта наивных авторов в жанровом аспекте, собранных на территории Западной Сибири. Предметом анализа текстов является тематика данных жанров.

Ключевые слова. Естественная письменная речь, наивный автор, военные мемуары, фронтовой эпистолярный.

MILITARY THEMES IN EPISTOLARIA AND MEMOIRISTICS

Lebedeva A.S.

Kemerovo State University

In the late 80s of the XX century the interests of linguists began to focus on such a phenomenon as “a man in the language”. Anthropocentrism has become one of the main parameters of modern linguistics. An increasing interest in the study of the human factor on an individual basis and originality is due to the great interest in the study of discourse. This article is devoted to a comparative analysis of memoirs and letters from the military front of naive authors in the genre aspect, collected in Western Siberia. The subject of text analysis is the subject matter of these genres.

Keywords. Natural written language, naive author, military memoirs, front epistolary.

Наше исследование выполнено в русле лингвистической школы Натальи Борисовны Лебедевой, существующей с 2000 г., где основным объектом исследования является естественная письменная речь (ЕПР), под которой понимается речевая деятельность, характеризующаяся следующими признаками: непрофессиональность исполнения, спонтанность, письменная форма, единственность существования, нетиражируемость, неофициальность бытования, отсутствие участия промежуточных лиц и инстанций (цензор, редактор, полиграфические механизмы и пр.) между автором и адресатом [1, с. 268]. В качестве методологической базы при описании текстов ЕПР служит коммуникативно-семиотическая модель (далее КСМ), разработанная Натальей Борисовной Лебедевой специально для анализа жанров. В основу исследования также положен принцип гносеологической толерантности, суть которого заключается в беспристрастном и уважительном отношении к текстам ЕПР, вследствие чего при цитировании текстов ЕПР полностью сохраняется авторский стиль во всем его специфическом орфографическом и пунктуационном своеобразии [2, стр. 13]. Этот принцип не допускает использования оценочного слова «ошибка», оно заменяется выражением «несовпадение с конвенциональными (кодифицированными) правилами написания».

Актуальность данного исследования обусловлена его вписанностью в проблематику теории письменной повседневной русской речи и жанроведения. Целью работы является установить, как жанровые особенности текста проявляются на других признаках текста. Объектом исследования выступают тексты естественной письменной русской речи – военные мемуары и фронтовые письма.

Материалом послужили тексты двух сибирских авторов военных мемуаров (Иванова Н. В. и Дмитриева Ф. Г.), представленные в рукописном виде. Общий объем мемуаров Иванова Н.В. составляет 3 тетради по 96 листов, объем мемуаров Дмитриева – 4 тетради по 96 листов, а также письма с фронта в количестве 22 штук.

В центре нашего исследования находятся два жанра со схожей тематикой – тема войны занимает большое место, как в повествовании авторов мемуарного текста, так и авторов писем с фронта.

Начнём анализ с первого компонента в КСМ – **автор**. Различие между авторами двух жанров заключается, во-первых, в возрастном параметре. Авторы писем – это молодые люди, которые на момент написания писем являются действующими участниками военных действий, в то время как авторы мемуаров – это люди немолодые, имеющие определенный жизненный багаж.

Так как для поддержания духа на войне почта работа практически без перерывов и сбоев, то письма попадали к солдатам и их родным с большой скоростью. В связи с этим можно сказать, что военные письма – это тексты «онлайн». Это мгновенная реакция на полученное письмо. Специфика военных мемуаров заключается в том, что автор, когда пишет свой текст, может не сразу отправить его адресату, или же адресат не сразу прочтёт, посчитав эту информацию неважной для данного времени или же ему попросту будет некогда, ведь объём мемуарных текстов зачастую составляет не одну сотню страниц. Поэтому текст мемуаров – это текст «офлайн».

Различия также будет проявляться в фациенте **адресат**. Адресат в мемуарных текстах и в письмах с фронта прослеживается с самого начала повествования.

Так как данные мемуары имеют большую структурированность, то авторы в самом начале текста обозначают своих адресатов. Как мы можем увидеть, оба автора одинаково определили в посвящениях адресатов своих мемуаров – это их внуки: *История нашей семьи. Вам, детям, внукам и правнукам посвящается эта краткая летопись* (пишет в эпиграфе Федор Гаврилович); *Внучке Настеньке, с целью чтобы она узнала всю правду о войне* (так обозначает своего адресата Николай Васильевич). Тем не менее, адресат в мемуарах остается не определённым. Так как авторы данных мемуаров – люди начитанные и грамотные, то они следуют канонам и обращаются к своему читателю. Для автора это дань традициям данного жанра, нежели определения своего адресата. Во-вторых, как мы

говорили ранее, мемуарные воспоминания имеют свойство быть прочитанными офлайн и не только определённым адресатом. Авторы пишут текст более официальным стилем, сохраняя публицистическое начало, что наталкивает на мысль, что они пишут не только для близких людей, которых указывают в своих посвящениях. Видимо они предполагают, что их мемуары могут подвергнуться огласки и быть в последствии опубликованы. Из этого делаем вывод, что адресат в мемуарах не определён.

В текстах солдатских писем адресатами являются конкретные люди (как правило, автор в начале письма обращается к ним, перечисляет их): родственники, близкие друзья, то есть адресованность здесь более определенная, «жесткая»: *«Добрый день мама, папа, Кляня, Верочка и бабушка», «Здравствуйте дорогие папа, мама и сестренка Аннушка!», «Дорогая мама!», «Добрый день! Привет с фронта уральских землякам».* Авторы писем не хотят, чтобы они были услышаны другими людьми. Им важна только связь с близкими и родными людьми. Соотношение автор-адресат более жесткое, чем у авторов мемуарного жанра.

Также различны и функции у данных жанров. Функция мемуаров – информативная. Автор видит себя проводником между миром войны и нынешней реальностью. Коммуникативно-целевой параметр описания предполагает выявление субъективных целей, замысла своей письменной-речевой деятельности. Как объясняет Николай Васильевич в своих воспоминаниях, он написал мемуары с той целью, чтобы внучка знала историю в том виде, в котором она была на самом деле, то есть смогла «узнать правду» о событиях, которые происходили с ним. Федор Гаврилович же описывает всю свою жизнь, в которой война занимает очень важное место и отражает жизнь народа в целом. Он в наставлении, указывая адресатов, указывает и свою цель: *Вам, детям, внукам и правнукам придется жить и работать в 2000 столетии, так не поленитесь заглянуть в эту летопись, сравнить свою жизнь с нашей, настоящее с прошлым, ибо нельзя знать хорошо настоящее, не зная прошлого.* Таким образом, оба автора считают, что они знают истину и хотят донести ее до своего адресата, поскольку они себя оценивают как связующее звено между прошлым и настоящим, «старым» и «новым» поколениями. Они осознают значимость своей жизни и осознают себя в контексте истории страны.

В письмах целью является контактоустанавливающая задача: связь «военного мира» и «мирной жизни», потребность установить эмоциональную связь с родными и близкими, чтобы почувствовать поддержку и тепло родного дома. Это отличает фронтовые письма от военных мемуаров, где основной функцией является информативная. Преобладание фатической функции проявляется в обилии этикетных форм: *«Здравствуй дорогая мама, папа!», «Здравствуйте дорогие, родные, передайте привет <...>».*

Что касается содержательной стороны текста, то сама тема войны говорит об их осознанном восприятии этого события, когда они были едины со страной. Композиция на структурном уровне проявляет особенности миромоделирования авторов.

Тексты Николая Васильевича и Федора Гавриловича отличаются значительной структурированностью. Мемуары начинаются с посвящения (вступления), где автор рассказывает о себе, о цели написания воспоминания. Например, Николай Васильевич каждую тетрадь своих военных воспоминаний начинает с позиционирования себя: *«Я–Иванов Николай Васильевич. Год. рож. 501-1924г Село – Кутово. Прокопьевского р-он. Кемеровской обл Соц. положение – Крестьянин, колхозник – Труженик. Родители в к-зе с 1935 года разнорабочие – к-за Ударник село – Кутово.»* Федор Гаврилович проявляет еще большую структурированность и начинает свои мемуары с указания инициалов *«Ф.Г. Дмитриев».* Далее он пишет общий заголовок к своим воспоминаниям: *«ИСТОРИЯ НАШЕЙ СЕМЬИ. ТЕТРАДЬ 1».* Затем он делает попытку структурировать свои записи и пишет оглавление, где указывает разделы, намечая, о чем будет идти речь и указывает страницы. Это свидетельствует о рационалистическом мышлении авторов, о продуманности письменной-речевой деятельности, о низкой степени спонтанности письма, об основательности и серьезном отношении к этой работе.

Также в мемуарах тематика представлена более широко. Это связано с тем, что автор представляет свою жизнь в большом пространстве: все плохое осталось позади, много пережитого опыта, моментов, над которыми он теперь размышляет и переосмысляет.

В фронтовых письмах мы видим, что основным является передача приветов, то есть установление связи с родственниками и друзьями. Нет размышлений и переосмыслений. В 3 письмах и 22 мы видим, что автор передает только приветов, перечисляю всех своих родных и близких. В 9 письмах – авторы передают приветов и добавляют пару фраз, что с ними всё хорошо, они живы и здоровы.

Короткий объем письма обусловлен нехваткой времени, что отличает их от мемуаров, имеющих большой объем: мемуары в основном пишут люди пожилого возраста, владеющие свободным временем, чтобы обдумать, написать, произвести рефлексию. Нормативный аспект фронтовых писем обусловлен невысоким, в основном, уровнем образования. Также важен и фактор адресата: они пишут письма таким же «простым» людям, как и они сами – это родные, близкие люди, примерно такого же уровня образования.

Схожей будет тематика, которая затрагивается как в письмах, так и в мемуарах. Тема войны – именно ей пронизаны все листы авторов. В военных воспоминаниях, особенно у Николая Васильевича, её будет больше, в связи с тем, что его мемуары посвящены полностью военным действиям. У Фёдора Гавриловича война будет занимать меньшее место на страницах мемуаров, но, тем не менее, эти воспоминания составляют значительный пласт на страницах его повествования. В 19 из 22 писем мы можем увидеть след данной темы. Почти каждый солдат упоминает тему войны в своих посланиях: «Мама, за последнее время не писал, потому что был в боях», «...23 января 1942 года при наступлении погиб смертью храбрых...», «...скоро с фашизмом покончим!».

Субстанциональные признаки описываемых объектов, достаточно типичны для мемуарных записок: написаны в нескольких тетрадях, текст мемуаров рукописный, особых выделений шрифтом не наблюдается. Субстанциональные признаки для жанра «фронтовое письмо» (имеется ввиду письмо с ВОВ) тоже типичны для данного жанра. Они написаны на листах (часто на обрывках листов), вместо конвертов – «треугольники» (что является жанрообразующим признаком этих писем), текст рукописный, небрежный, иногда плохо прочитываемый.

Таким образом, в ходе статьи были рассмотрены два жанра, в которых мы выделили общие и различные жанровые признаки и показали, как они проявлялись на других признаках текста.

Литература и источники

1. Лебедева Н. Б. Некоторые аспекты исследования естественной письменной русской речи. // Естественная письменная русская речь: исследовательский и образовательный аспекты: Материалы научно-практической конференции / Под ред. Н. Д. Голева. Т. 1. Проблемы письменной речи и развития языкового чувства. Барнаул, 2002. С. 267 – 274.

2. Лебедева Н. Б., Зырянова Е. Г., Плаксина Н. Ю., Тюкаева Н. И. Жанры естественной письменной речи: Студенческое граффити, маргинальные страницы тетрадей, частная записка. – М.: КРАСАНД, 2011. – С. 18.

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Лебедева Н.Б., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК: 81`4

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ ТЕКСТА

Мельник А.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

В данной статье рассматриваются различные подходы к анализу текста. Актуальность данной статьи вызвана тем, что в последние годы методология анализа текста значительно расширилась: к традиционным лингвистическим способам добавились методы других наук, таких, как антропология, философия, социология, психология, культурология, и т.д. Это обусловлено развитием междисциплинарности, как основной парадигмы современного научного развития. По итогам анализа теоретической литературы, было выявлено девять основных методов, которые применяются учеными в процессе анализа текста, исходя из различных целей.

Ключевые слова: анализ текста, дискурс-анализ, контент-анализ, семиотика, лингвистический анализ.

MODERN APPROACHES TO TEXT ANALYSIS

Melnik A.A.

Kemerovo State University

This article discusses various approaches to text analysis. The relevance of this article is due to the fact that in recent years, the methodology of text analysis has significantly expanded: adding to the traditional linguistic methods have been added methods of other sciences, such as anthropology, philosophy, sociology, psychology, cultural studies, etc. This is due to the development of interdisciplinarity as the main paradigm of modern scientific development. Based on the results of the analysis of theoretical literature, nine main methods were identified that are used by scientists in the process of analyzing the text, based on various goals.

Keywords: text analysis, discourse analysis, content analysis, semiotics, linguistic analysis.

Современная лингвистика значительно расширила свою методологическую базу, за счет других наук, таких, как антропология, философия, социология, психология, культурология, и т.д. Это связано с развитием междисциплинарности, как основной парадигмы научного развития – в условиях глобализации и все большего усложнения коммуникаций, традиционные методы уже оказываются недостаточными для объяснения тех или иных феноменов, которые ранее считались прерогативой лишь лингвистики.

Отправной точкой для подобного рода междисциплинарных исследований является тот факт, что любой текст существует не в вакууме, а является частью общей языковой картины. Это ставит на повестку дня вопрос об изучении дискурса [1, с. 230-232].

Согласно разным определениям, дискурс – это общий культурный контекст, в котором существует тот или иной текст, а также более широкий спектр социальной практики, который включает в себя неязыковые и неспецифические примеры языка [2, р. 1]. Эти определения предполагают, что исследователь должен изучать не только собственно лингвистические факторы, но и экстралингвистические – и только тогда он сможет понять истинный смысл текста.

На данный момент существуют следующие методы анализа текста, принимающие во внимание подходы, основанные на концепциях различных субдисциплин:

1. Чисто лингвистический метод, для которого необходим большой корпус текстов [3, с. 39-45].

2. Этнографический метод. Заключается в изучении отдельных культур, а также формальных лингвистических моделей для интерпретации человеческого поведения в культурных контекстах. В рамках данного метода главное значение имеет контекст. Этот метод является качественным [4, с. 128-140].

3. Нарративная семиотика. Согласно Ю.М. Лотману, основывается на утверждении, что коммуникация состоит из семиотических процессов, то есть связывания знака и

означаемого через смыслы [5, с. 703], поэтому исследование базируется на двух уровнях текстов: поверхностной структуре и глубинной структуре. Это также качественный метод.

4. Этнометодологический метод. Подразумевает специфические методики анализа текстов, особой областью применения которых являются повседневные разговоры и рассказы. Разговорный анализ связан с коммуникативными принципами (ре-)продуцирования социального порядка в языковом и неязыковом взаимодействии.

5. Герменевтический метод. В качестве материала используются беседы или публичные выступления. Эти данные разбиваются на отдельные смысловые единицы с целью анализа причин употребления говорящим этих синтаксических категорий. В этом случае должно быть установлено различие между внутренним и внешним контекстом [6, с. 39-42].

6. Социологический метод. Это попытка исследовать с помощью анализа разговора повседневную рациональность, разговорный язык и повседневные события [7, с. 202].

7. Контент-анализ. Это количественный лингвистический метод с несколькими вариациями в зависимости от уровня, на котором проводится исследование: синтаксический, семантический, прагматический или смешанный [8, с. 13-26].

8. Функционально-прагматический метод. В рамках данного подхода, говорящие и слушающие рассматриваются как релевантные в речевом действии. Основной задачей исследователя является изучить цель оратора/автора текста.

9. Критический анализ дискурса. Он основан на дискурсе, а не на тексте. Не является лингвистическим и включает в себя интертекстуальность и социокультурную методологию [9, с. 5-23].

Все данные методы можно свести в таблицу, демонстрирующие различия подходов к тексту.

Таблица 1

	Лингвистические	Не лингвистические
Количественные	Контент-анализ Лингвистический	Социологический
Качественные	Нарративный Феноменологический Функционально-прагматический Семиотический	Критический анализ дискурса Герменевтический Этнографический

Литература и источники

1. Чернявская В.Е. От анализа текста к анализу дискурса // Текст и дискурс: традиционный и когнитивно-функциональный аспекты исследования Сборник научных трудов. Под редакцией Л.А. Манерко; Рязанский государственный педагогический университет имени С.А. Есенина. Рязань, 2002. С. 230-232.

2. Schiffrin D., Tannen D., Hamilton H. The Handbook of Discourse Analysis. Malden: Blackwell Publishers, 2003. P. 1.

3. Ерамакова Н.Л. Лингвистический анализ как составная часть филологического анализа художественного текста // Актуальные проблемы обучения русскому языку и литературе в школе и вузе материалы Международной научно-практической конференции. Орловский государственный университет им. И.С. Тургенева, Кафедра теории и методики обучения русскому языку и литературе института филологии. 2017. С. 39-45.

4. Максимова А. С. Анализ полевых дневников в контексте производства этнографических текстов // Мониторинг общественного мнения. 2012. №1(107). С. 128-140.

5. Лотман Ю.М. Семиосфера. СПб. : Искусство-СПб, 2001. 703 с.

6. Чепкасова Е.В. Герменевтический и феноменологический подходы к анализу текста // Библиосфера. 2008. № 1. С. 39-42.
7. Федотова Л.Н. Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой коммуникации. М.: Институт социологии РАН, 2001. 202 с.
8. Арпентьева М.Р. Контент-анализ: психолингвистический анализ текстов // Математические методы и модели в управлении, экономике и социологии Сборник научных трудов. Тюмень, 2015. С. 13-26.
9. Фрухтманн Я. К проблеме анализа крупных массивов текстов – применение прикладного анализа политического дискурса // Язык, сознание, коммуникация: Сборник статей. М., 2004. С. 5-23.

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Мельник Н. С., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК-1751

СОВРЕМЕННАЯ ДЕЛОВАЯ ПЕРЕПИСКА: КОММУНИКАТИВНЫЙ АСПЕКТ

Сафина И. М.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

irensafina@yandex.ru

Данная статья посвящена изучению наиболее частотных нарушений коммуникативных норм в деловой переписке между гражданами и представителями власти. Направляя письмо в официальную инстанцию, адресаты обращений стараются быть более грамотными, при этом испытывают определенные трудности в силу недостаточно развитой грамотности.

Ключевые слова: нарушение коммуникативной нормы, официально-деловая переписка, нормативный аспект, естественная письменная речь, обращения граждан.

COMMUNICATIVE ASPECT OF MODERN BUSINESS CORRESPONDENCE

Safina I. M.

Kemerovo State University

This article is devoted to the study of the most frequent violations of communication norms in business correspondence between citizens and government representatives. When sending a letter to an official body, recipients of appeals try to be more literate, while experiencing certain difficulties due to insufficient literacy.

Key words: violation of the communicative norm, official and business correspondence, normative aspect, natural written speech, citizens' appeals.

Возрастание роли деловой коммуникации на современном этапе развития общества привело к увеличению объема письменной деловой речи, а также появлению качественно новых форм деловой коммуникации, приведших к обновлению номинаций речевых жанров обращений граждан.

Данная работа выполнена в русле лаборатории естественной письменной речи (далее ЕПР) Натальи Борисовны Лебедевой. Так как мы придерживаемся принципа гносеологической толерантности, то, опираясь на постулаты ЕПР, используем в речи не «ошибка», а «нарушение коммуникативной нормы»

Научная новизна исследования заключается во введении в практику лингвистического анализа нового эмпирического материала – текстов обращений граждан в официальную инстанцию.

Материалом для данной работы послужили различного вида обращения граждан в администрацию Березовского сельского поселения (ныне входящего в состав Кемеровского административного округа). Было проанализировано 62 обращения граждан к администрации и 34 ответа на эти обращения от главы сельской администрации, его заместителей и руководителей различных подразделений. Все письма написаны в период с 2002 по 2017 год.

Местная административная власть рассматривает не только письменные, но и устные обращения граждан, объединяя их по вопросам, находящимся в ее компетенции в соответствии с законами и иными нормативными правовыми актами субъекта РФ, уставом муниципального образования, а также запросы граждан (физических лиц), организаций (юридических лиц) для предоставления информации о конкретных жителях поселения или деятельности местных предпринимателей.

Обобщив информацию, мы разделили все документы на обращения граждан и ответы официальных лиц. Тексты документов-ответов демонстрируют, что их создатели в достаточной мере владеют умениями и навыками письменной речи: грамматическими и лексическими нормами, нормами применения речевых штампов и правил общения в различных коммуникативных ситуациях, а также нормами этики и этикета. Отклонения от литературной нормы составляют всего 17 процентов (синтаксические и стилистические ошибки).

В обращениях от жителей поселения найдены наиболее частотные нарушения и типы языковых неудач, при этом они подверглись рассмотрению в коммуникативном аспекте. Нередки нарушения качества речи на лексико-фразеологическом уровне: неспособность точно и верно излагать мысли, скудность словарного запаса, небольшой набор стилистических оттенков, в большинстве своем повторяющихся. Обращения, взятые нами для анализа, показывают, что нарушения носят синкретичный характер: нарушаются логические, лексические грани организации языковой единицы, так как построение текста затруднено благодаря необходимости фиксировать в памяти предшествующие высказывания, общую идею и семантику всего текста, создавать его развитие и окончание.

Автор обращения зачастую неправильно определяет границы простых предложений и не может выявить связи однородности/неоднородности между членами предложения. Логические нарушения указывают на то, что сбой проявляется при воплощении мыслительных образов в словесную оболочку. К коммуникативно-прагматическим нарушениям нормы, приводит неисполнение ряда коммуникативных свойств: стилистической уместности и эстетической приемлемости. Оценки и субъективные мнения авторов в большинстве своем не являются четко аргументированными и интерпретируются односторонне, с апелляцией к эмоциональной сфере, отличаются категоричными формулировками и частым нарушением норм общечеловеческой этики.

Отсутствие достаточного количества опыта, знаний и навыков в письменной деловой коммуникации является благоприятной почвой для систематических нарушений коммуникативной нормы. Проведенный выборочный анализ частотных нарушений говорит о том, что они оказывают большое влияние на передачу информации.

Отметим, что деловая коммуникация «официальное должностное лицо - гражданин» ориентирована на решение социальных, бытовых и общественно-политических проблем. При этом индивидуальные обращения граждан рассматриваются не только с позиций делового общения и официально-деловых документов, так как уже в самом их названии отражается двойственная природа данного типа речевых актов.

Личное обращение как жанр описывается следующими свойствами: во-первых, это произведение первичного жанра, предполагающее ответную реакцию в виде текста и определенных действий, заранее прогнозируемых автором; во-вторых, это произведение, темой которого является постановка определенной проблемы, а целью способы ее разрешения.

Составление делового письма - серьезный и трудоемкий процесс, требующий от составителя определенного уровня навыков, знаний, а также тщательного и внимательного подхода. Чем грамотнее будет составлено обращение, тем лучшее впечатление будет произведено на адресанта и большим успехом будет отличаться определенная коммуникативная ситуация. Адресат же при этом будет иметь образ серьезного и ответственного человека. Нарушение норм же будет иметь абсолютно противоположный эффект.

Литература и источники

1. Алексеева А. В. Коммуникативно-прагматическая специфика официально-деловых документов: на материале обращений граждан в административные органы - Омск, 2009.-202 с.
2. Сологуб О. В. Особенности проявления тенденции официализации в различных типах деловых текстов (на материале обращений в официальные инстанции) – Челябинск, 2008.
3. Лебедева Н. Б. Естественная русская письменная речь как объект лингвистического исследования – Барнаул, 2001.

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Лебедева Н.Б., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 811.161.1'06-26

ЦЕННОСТНАЯ КАРТИНА МИРА АВТОРА АРМЕЙСКОГО ПИСЬМА: СОЦИАЛЬНЫЙ И ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Славинская Е. С.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

slavinskaya.liza77@gmail.com

В данной статье рассматривается выделение армейского письма как поджанра такого жанра естественной письменной речи, как письмо, даётся его характеристика по коммуникативно-семиотической модели, описываются его отличительные черты. Кроме того объясняется возможность присутствия аксиологической картины мира в тексте армейского письма, алгоритм её выделения. Статья написана на основе конкретных писем, написанных жителем Кемеровской области, Иваном Клименковым, проходившим службу и обучение в военном училище в 1953-1954 гг, писавшим своему брату, Николаю, так же проходившему военную службу, но в Германии. Специфика материала позволяет затронуть несколько социальных институтов: семья, армия, образование, а также изучить картину мира советского человека, её особенности. На примере анализа данных писем рассматривается наличие отражения в текстах ценностной картины мира и личности автора, их выделение и осмысление в содержательном и в лингвистическом аспектах. Отмечена актуальность цели статьи, состоящая в необходимости изучения естественной письменной речи как отражения живого языка. Помимо прочего в работе описаны перспективы развития данной темы и возможность продолжения работы с данным материалом.

Ключевые слова: естественная письменная речь; письмо; армейское письмо; картина мира; лингвистика; русский язык.

VALUE PICTURE OF THE WORLD OF THE AUTHOR OF THE LETTER FROM ARMY: A SOCIAL AND LINGUISTIC ASPECT

Slavinskaya E. S.

Kemerovo State University

This article discusses the allocation of army letter as a subgenre of such a genre of natural written language as letter, gives its characteristics according to the communicative-semiotic model, describes its distinctive features. In addition, the possibility of the presence of an axiological picture of the world in the text of the army letter, the algorithm for its allocation is explained. The article was written on the basis of specific letters written by a resident of the Kemerovo region, Ivan Klimenkov, who served and studied at a military school in 1953-1954, who wrote to his brother, Nikolai, who also did military service, but in Germany. The specificity of the material allows us to touch on several social institutions: family, army, education, and also to study the picture of the world of Soviet man, its features. By the example of the analysis of the data available in the text of the value pictures of the world and the personality of the author, their selection and interpretation in various aspects. Actual goals of the article, consisting in the need to study natural written language give the opportunity continuation of work with these data.

Key words: natural writing; letter; army letter; picture of the world; linguistics; Russian language.

Цель данной работы – представить аксиологическую картину мира человека – автора армейского письма. Объектом исследования выступают рукописные письма из армии. Предметом являются особенности мировоззрения человека, отраженные в тексте. Материалом исследования послужили тексты армейских писем жителя Сибири, написанные Иваном Клименковым его брату Николаю из военного училища в 1953-1954 гг. (количество писем – 12, количество страниц – 94, согласие на их публикацию получено). При цитировании сохраняются авторские орфография, пунктуация, стиль. Актуальность изучения данной темы состоит в том, что именно в письмах, благодаря отсутствию редактуры, отражается живая речь и реалистичный взгляд на события, происходящие на момент написания.

Работа выполнена в направлении теории естественной письменной речи (далее – ЕПР), основателем которого является Н. Б. Лебедева. Ею же дано определение ЕПР – «письменная, спонтанная, непрофессиональная речь». [1]. Во многом благодаря тому, что эти тексты написаны спонтанно и не подвергаются редактуре, в них отражается человек и его картина мира. Письмо – один из жанров ЕПР, описываемый как «бумага с написанным текстом, посылаемая кому-л. для сообщения чего-л., для общения с кем-л. на расстоянии, а также соответствующее почтовое отправление» [2]. Письмо из армии – поджанр, выделяемый по пространственно-социальному признаку (автор письма находится на службе в армии, пишет своим родственника, друзьям или близким). Если проанализировать армейские письма по коммуникативно-семиотической модели, разработанной Н. Б. Лебедевой [3], то можно выделить следующие характеристики. Автор – человек, служащий в армии/обучающийся в военном училище. Адресат – его родственник, друг, близкий человек. Функция – поддержать связь с домом, цель – получить моральную поддержку, поделиться переживаниями. Знак – текст, содержащий личные и социальные темы, разговорный стиль. Структура знака – наличие обращения, приветствия, подписи, даты написания письма. Графико-пространственный параметр – а) место расположения знака: равномерное на всём листе; б). деление на абзацы. Орудие и средство создания – бумага (один или несколько листов на одно письмо), ручка или карандаш. Материальный субстрат – бумага. Среда коммуникации – армейская и семейно-бытовая. Коммуникативное время – продолжительное, большой промежуток между написанием письма автором и его прочтением адресатом. Ход коммуникации – прерывистый. Социальная оценка – позитивная.

Так как в письме мы отмечаем неофициальность, близость с собеседником, мы можем говорить о раскрытии его личности в тексте, следовательно, и об отражении его ценностей и оценок. Н. Д. Голев отмечает то, что интерес представляет «исследование письменной ментальности, имеющей свою специфику в естественной письменно-речевой деятельности»

[4]. Обнаружить её мы можем и в социальном аспекте – в отношениях к тем или иным событиям, в приоритетах и т.д.; и в лингвистическом – в используемой лексике, в соблюдении норм правописания и пр.

В материалах, используемых для исследования, отражена ценностно-аксиологическая картина мира советского человека, юноши двадцати лет, получающего образование и проходящего службу в армии. В его письмах видно отношение самого автора и окружающих к политическим деятелям советского союза: «Сам знаешь, какая утрата постигла нашу Родину. Когда я услышал что И. В. Сталин заболел у меня сжалось сердце. Плакали офицеры и генералы. Более тяжелой утраты не несло не считая В. И. Ленина» (в письме от 23.03.1953), «Читаешь политических классиков? Ленина? Сталина? Если нет, то напрасно» (в письме от неизвестного числа 1954 г). Видно наличие цензуры: «Мне отчасти можно кое-что написать, но ты же солдат и знаешь, что нельзя» (в письме от 15.04.1953), «Я там и писал так себе. Боялся цензуры и любопытных глаз. Сейчас думаю, что писать буду аккуратнее» (дата написания неизвестна). Видно отношение молодых солдат к службе: "Офицерские погоны влияют благоприятно, хотя сам факт ожирения не из благоприятных"; "Служить нет желания не только у меня, но и у всех молодых офицеров" (в письме от 27.12.1954). Видно отношение к необходимости получения образования, несмотря на сложности, дается оценка молодых людей, как ленившихся «узнавать новое»: «Вам лень узнавать новое, вы опустились, жизнь предъявляет к нам больше требований с каждым годом»; «возможности учиться в вузе большие, но требований еще больше» (в письме от неизвестного числа 1954г); «Сейчас везде конкурс, тяжело, но не без возможностей» (в письме от 26.2.1954).

Анализ армейских писем с содержательной стороны позволяет утверждать, что даже при наличии перлюстрации и цензуры текст автора позволяет нам сделать определенные выводы о его картине мира: отметить уважение к политическим лидерам, вместе с тем некое опасение сложившейся ситуации, но принимаемое как должное, при отсутствии протеста (упоминание цензуры, отсутствия желания служить). Видна образованность человека, его желание развиваться и понимание того, что развиваться нужно всем.

При анализе с лексической стороны мы видим, что, несмотря на использование обценной лексики (выполняющей функции установления контакта и эмоционального самовыражения) и просторечной лексики, автор использует средства выразительности, например, риторические вопросы – «Томь, остров, песок, солнце – хорошо?»; а также книжную лексику – «Хандрить пожалуй – хандрю». Предложения не односложные, грамматически правильные. Можно сделать вывод, что автор образован, относительно грамотен, владеет языковой культурой.

В итоге перед нами предстаёт часть ценностной картины мира человека: мы видим отражение его образованности, его стремления к развитию, его взгляда на политическую ситуацию в стране. Данная работа имеет перспективу – более глубокое исследование писем в тех или иных аспектах, дабы составить более полное представление о картине мира автора и об отражении социума в ней.

Литература и источники

1. Лебедева Н.Б. Естественная письменная русская речь как объект исследования // Вестник БГПУ: Гуманитарные науки. Барнаул, 2001. Вып. 1. С. 4-10.
2. Словарь русского языка: В 4-х т. // РАН, Ин-т лингвистич. исследований; Под ред. А. П. Евгеньевой. — 4-е изд., стер. — М.: Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999
3. Лебедева Н.Б., Жанры естественной письменной речи: Студенческое граффити, маргинальные страницы тетрадей, частная записка// Лебедева Н.Б., Зырянова Е.Г., Плаксина Н.Ю., Тюкаева Н.И. Жанры естественной письменной речи. – М., 2007. С. 58-61
4. Голев Н.Д. Русская письменная разговорная речь и ее отражение в обыденном метаязыковом сознании участников виртуальной коммуникации // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2013. Вып. 5, с. 12-30

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Лебедева Н.Б. ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81

ВУЗОВСКОЕ ОБЪЯВЛЕНИЕ В АСПЕКТЕ КОММУНИКАТИВНО-СЕМИОТИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ Н. Б. ЛЕБЕДЕВОЙ: СУБСТАНЦИОНАЛЬНЫЕ ФАЦИЕНТЫ ЕСТЕСТВЕННОЙ ПИСЬМЕННОЙ РЕЧИ

Сухоиваненко Ю.В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

SuhoivanenkoSA@yandex.ru

Статья посвящена рассмотрению вузовского объявления в аспекте коммуникативно-семиотической модели Н. Б. Лебедевой: субстанциональные фациенты естественной письменной речи. Целью изучения является проанализировать вузовские объявления по коммуникативно-семиотической модели естественной письменной речи Н. Б. Лебедевой. Актуальность выбранной темы обусловлена ее включенностью в следующие современные направления: 1) речевое жанроведение; 2) лингвоперсонология. Естественная письменная речь – это речевая деятельность (и ее результат), которая занимает свое место в парадигме, построенной по координатам «устная/письменная» и «естественная/искусственная» речь. ЕПР взаимодействует с тремя речевыми сферами: 1) устно-разговорной деятельностью; 2) искусственной устной речью; 3) искусственной письменной речью. Признаки ЕПР: письменная форма, спонтанность и непрофессиональность исполнения.

Ключевые слова: вузовское объявление, коммуникативно-семиотической модели, субстанциональные и несубстанциональные фациенты, автор, адресат, цель, коммуникация.

HIGH SCHOOL ANNOUNCEMENT IN THE ASPECT OF THE COMMUNICATIVE-SEMIOTIC MODEL N. B. LEBEDEVA: SUBSTANTIAL FACETS OF NATURAL WRITING

Sukhoivanenko Y.

Kemerovo State University

The article is devoted to the consideration of university announcements in the aspect of the communicative-semiotic model of N. B. Lebedeva: the substantial facies of natural written language. The purpose of the study is to analyze university announcements according to the communicative-semiotic model of natural written speech by N. B. Lebedeva. The relevance of the chosen topic is due to its inclusion in the following modern areas: 1) speech genre; 2) linguopersonology. Natural written speech is a speech activity (and its result), which takes its place in the paradigm constructed by the coordinates of “oral / written” and “natural / artificial” speech. The EPR interacts with three speech areas: 1) oral-speaking activity; 2) artificial speech; 3) artificial writing. Signs of the EPR: writing, spontaneity and lack of professionalism of execution.

Keywords: university announcement, communicative semiotic model, substantial and non-substantive facies, author, addressee, purpose, communication.

Объектом данной работы являются вузовские объявления.

Предметом являются вузовские объявления в субстанциональном фациенте «автор».

Материалом исследования послужили тексты в количестве 305 объявления, собранных самостоятельно в стенах Кемеровского государственного университета.

Научная новизна данной работы состоит в том, что ранее вузовское объявление не рассматривалось как явления естественной письменной речи в субстанциональном фациенте «автор».

Теоретическая значимость данной работы заключается в ее вкладе в лингвоперсонологию; в выделении речевого жанра вузовских объявлений.

Практическая значимость работы заключается в возможности использования теоретических положений и практических результатов исследования в составлении словаря жанров ЕПР, в изучении других жанров естественной письменной речи.

Слово «объявление» имеет несколько толкований в словарях.

В Большом академическом словаре дано следующее толкование слова «объявление»:

1. действие по значению глагола объявлять, объявить;
2. сообщение, извещение о чем-либо, излагаемое кем-либо или опубликованное, помещенное где-либо для широкого ознакомления, осведомления.

В Толковом словаре русского языка Дмитриева под объявлением понимают:

1. Официальное сообщение, уведомление о чём-либо, сделанное в устной (реже письменной) форме.
2. Написанное на листе бумаги или напечатанное в газете, журнале и т. п. краткое сообщение, содержащее информацию, которую бы вы хотели довести до сведения большого количества людей.

В докладе использован методический прием описания текстов по коммуникативно - семиотической модели Н.Б. Лебедевой.

Модель ЕПР включает следующие фациенты: Субстанциональные фациенты: 1) Автор (*кто?*); 2) Адресат (*кому?*); 3) Знак – Диктумно-модусное содержание (*что?*); 4) Орудие и Средство (*чем?*); 5) Субстрат – Материальный носитель знака (*на чем?*); 6) Место расположения Знака – Носитель субстрата (*в чем?, на чем?*). Несубстанциональные фациенты: 1) Цель – Коммуникативно-целевой фациент (*зачем?*); 2) Графико-пространственный параметр Знака (*как?*); 3) Среда коммуникации (*где?*), в которую, включаются потенциальные соавторы, читатели (реципиенты), опосредствующие передатчики и возможные «уничтожители» письменно-речевого произведения; 4) Коммуникативное время – временной интервал между созданием письменного знака и его восприятием (*когда?*); 5) Фациент «Ход коммуникации»; 6) Фациент «Социальная оценка».

Авторами объявлений являются:

- преподаватели
- студенты
- администрация вуза
- технические работники
- работодатели

Тексты вузовских объявлений являются полиавторскими, так как авторами могут выступать сразу несколько лиц. Объявления характеризуются имплицитностью, потому что автор не всегда указан, в большинстве случаев он отсутствует. Однако присутствуют объявления и эксплицитированного характера.

Например, такое объявление: «Уважаемые преподаватели, сотрудники, аспиранты, магистранты и студенты КемГУ! На межвузовской кафедре общей и вузовской педагогики института образования проводится запись на курсы «преподаватель высшей школы». Руководитель программы Касаткина Наталья Эмильевна». В этом объявлении мы видим, что автор указан. Или другое объявление: «Уважаемые студенты 4 курса бюджетной формы обучения!!! Банк ВТБ24 приглашает вас на замену стипендиальных карт со сроком действия 8.16 и 9.16. Выдача новых карт состоится 06.09.2016 в 8 корпусе КемГУ. При возникновении вопросов можете обращаться по телефону... Кирилл. В этом объявлении тоже автор явно выражен.

Существуют и такие объявления, в которых автор не явно выражен:

«28 октября пятница 18:00 холл главного корпуса Красная, 6 Happy Halloween. Организаторы: ОСО, КемГУ». В этом объявлении указаны организаторы, но кто являлся автором данного объявления, мы не понимаем.

«В МБОУ «Барановская СОШ» Кемеровского района требуется учитель немецкого и английского языков. По всем вопросам обращаться в администрацию МБОУ «Барановская СОШ». В данном объявлении мы тоже не понимаем, кто именно из администрации «Барановской СОШ» составил данное объявление.

Теперь вернемся к имплицитным объявлениям. В таких объявлениях автор не указан. Приведем примеры:

«Факультатив по нидерландскому языку проводится: начинающая группа-чет. среда 12.20 неч. Вторник 10.15 (6415) продолжающая- среда 10.15 (6415)». В данном объявлении указана информация, что факультатив по нидерландскому языку проводится, но не указано, кто именно его проводит. В данном объявлении мы не знаем, кто является его автором. Так же можно сказать и про другое объявление:

«18 ноября Пятница ДИСКОТЕКАВЕКА в честь международного дня студента».

«They need you. Приглашаем принять участие в Кемеровской международной модели ООН 2-3 декабря»

«Уважаемые студенты! Следующий заезд в с/п «Вита»: 15.11.2016г-05.12.2016г. Заявления принимаются в ПОС КемГУ (ауд.2116)» В данных объявлениях тоже не указан автор.

Мы представили в примерах только несколько объявлений, привели примеры объявлений эксплицированного характера и имплицитного характера. На основе примеров и нашего исследования, мы можем сделать вывод, что чаще встречаются объявления имплицитного характера, чем эксплицированного.

Литература и источники

1. Аругтюнова, Н. Д. Жанры общения // Человеческий фактор в языке. Коммуникация, модальность, дейксис. – М., 1992.
2. Большой академический словарь. – М., 2009.
3. Дмитриев Д.В. Толковый словарь русского языка. М., 2003.
4. Лебедева Н.Б. Естественная письменная русская речь как объект лингвистического исследования// Вестник БГПУ: Гуманитарные науки. – 2001.

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Лебедева Н.Б. ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81.2-3 81.2-8

ПИСЬМО ИЗ АРМИИ КАК ПРОЯВЛЕНИЕ АВТОРСКОГО НАЧАЛА

Чиркунова А.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

anastasianestatea@mail.ru

В докладе рассмотрены и проанализированы армейские письма как проявление авторского начала. Материал для работы найден самостоятельно в семейных альбомах города Ленинска-Кузнецкого. В данной публикации мы остановимся на армейских письмах Михаила Чиркунова, место службы: посёлок Барабаш; время: 1998 год. В работе отмечены мировоззренческие взгляды и ценности автора, характеристика социального окружения, а так же функции армейских писем. Особое внимание уделялось проблеме выделения армейских писем как поджанра естественной письменной речи (далее ЕПР). Актуальность изучения жанровых особенностей армейских писем как объекта языкознания вызвана следующими обстоятельствами: повышенный интерес к ЕПР, где можно «разглядеть»

самого человека в языковых единицах. В данном докладе наше внимание останавливается на одном аспекте – тема «армия-дом», где мы можем рассмотреть эмоции автора, стиль его письма и то, как он скучает по дому и переживает, как относится к своим друзьям и родным. Еще стоит упомянуть несколько важных деталей – это приветствие и прощание в письме, где Михаил представляется по-разному: братом, солдатом и просто по имени.

Ключевые слова: естественная письменная речь, поджанр, армейские письма, письмо, армия, дом.

LETTER FROM THE ARMY AS A MANIFESTATION OF THE AUTHOR 'S BEGINNING

Chirkunova A.A.

Kemerovo state University

The report examines and analyzes army letters as a manifestation of the author's beginning. The material for the work was found independently in the family albums of the city of Leninsk-Kuznetsky. In this publication, we will focus on the army letters of Mikhail Chirkunov, place of service: Barabash village; time: 1998. The article highlights the author's worldview and values, features of the social environment, as well as the functions of army letters. Special attention was paid to the problem of distinguishing army letters as a subgenre of natural written speech (hereinafter EPR). The relevance of studying the genre features of army writing as an object of linguistics is due to the following circumstances: increased interest in EPR, where you can "see" a person in language units. In this report, our attention is focused on one aspect-the topic "Army-home", where we can consider the author's emotions, writing style, and how he misses home and worries about how he treats his friends and family. It is also worth mentioning a few important details – this is the greeting and farewell in the letter, where Michael is represented in different ways: as a brother, a soldier, and just by name.

Key words: natural written speech, subgenre, army letters, letter, army, house.

Армейское письмо представляет собой поджанр более широкого речевого жанра – письма. Определение этого термина в МАС (Малый академический словарь) выглядит следующим образом «Бумага с написанным текстом, посылаемая кому-л. для сообщения чего-л., для общения с кем-л. на расстоянии, а также соответствующее почтовое отправление» [1].

В настоящее время в русистике существуют несколько методик жанрового определения текста, исходя из которых, предлагаются различные классификации жанров. Мы останавливаемся на – коммуникативно-семиотической модели (далее – КСМ), разработанной Н.Б. Лебедевой, так как эта модель ориентирована на описание текстов ЕПР. Данная методика представляет собой 12 параметров: автор; адресат; функция-цель; сам знак, то есть текст в его содержательном и структурном воплощении; графико-пространственный параметр; орудие и средство создания; материальный субстрат знака; место расположения знака; коммуникативное время; ход коммуникации; социальная оценка [2].

Завершающий этап КСМ состоит в «конструировании расширенной, многоаспектной дефиниции исследуемого жанра» [3]. В данном исследовании была применена методика КСМ для рассмотрения армейского письма как особого поджанра.

Объектом исследования являются рукописные тексты армейских писем Михаила Чиркунова, носителя естественной письменной речи.

Предметом исследования выступают речевые особенности армейского письма, тема «армия-дом» и проявление в них авторского начала

Целью исследования является научное осмысление, описание и анализ армейского письма как проявление авторского начала, рассмотрение личностных качеств и ценностей автора.

Материалом исследования послужили 5 писем, которые насчитывают 32 страницы и принадлежат одному автору – Михаилу Чиркунову. Исследуемые письма ранее нигде не публиковались. Получено согласие на их исследование и публикацию.

Письма представляют собой однонаправленное общение адресата с семьей (братом), мы не рассматриваем письма, которые были отправлены семьей автору. Письма написаны ручкой (синей, зеленой), из-за давности бумага пожелтела (орфография и пунктуация автора сохранены при цитировании писем). Возрастная характеристика автора армейского письма: 18-19 лет.

Социологические характеристики автора армейского письма: юноша, который закончил одиннадцатый класс, не успел получить высшее или среднее специальное образование. Поэтому в исследуемых текстах иногда наблюдаются расхождения с орфографическими требованиями («ошибки»).

Психологические характеристики автора армейского письма: в письме упоминается дом, автор переживает из-за отсутствия новостей от семьи, об этом он пишет своему брату: *«Решил написать тебе письмо после, такого длительного перерыва. Ведь последнее письмо от тебя я получил 14 августа. И всё, да и не только от тебя, а от всех: Ни от матери, ни от Ирки, ни от Лехи с Максом. Прошло уже 5 с лишним месяцев, и ни одного письма, за всё это время. Я уже и не знаю что думать. Я писал вам письма в октябре, ноябре, и последнее я отправил 15 декабря».*

Мир солдата разделен на две стороны «армия» и «дом», совсем недавно он принадлежал стороне «дома». Адресант не желает терять связь с домом, поэтому он постоянно старается ее поддерживать - это проявление мы можем заметить в его ожидании ответа, которого не было от семьи и друзей: *«5 с лишним месяцев».* Он продолжает писать и беспокоиться, почему ему не пишут.

В одном из писем автор пишет о своей «команде», где рассказывает о земляке: *«Нас четыре человека. Не считая меня есть Руслан, он живет в часе езды от пожарки, Саня, он тоже местный, и Колян, он прикинь живет в Кемерово, так что мы с ним земляки».* Автор письма рад, что в его «команде» есть земляк. Снова прослеживается связь с домом.

Автор письма очень тоскует по дому: *«Получил ваше письмо 24.04.98 г. Как же я рад за вас, за то что вы ещё вместе. Послушал кассету которую вы записали, я очень благодарен вам за неё. Я сидел и слушал кассету, и вдруг такая тоска навалилась на меня, тоска по дому, по родным и близким. Мне казалось, что я привык уже, а когда услышал ваши голоса, то понял, что никогда не забывал о доме».*

И также говорит о том, что очень сильно изменился: *«Я стал другим, я сам это чувствую. Я уже не тот пацан, который был до армии. Я изменился, я стал более уверен в себе и мне на все остальное п... . Ещё я стал ненавидеть всех девчёнок еще больше чем раньше. Взять хотя бы мою бывшую подругу Ирку ... Когда я послушал кассету про неё, то мне было так плохо и больно как никогда. Я не мог поверить что она стала такой ш...».* Раньше можно было звонить только через почту, записываясь на определенное время, примерно раз в месяц. Чтобы сохранять тесную связь с домом, брат Михаила отправлял аудиокассету с записанным голосом родных.

Касаясь приветственных аспектов, хотелось бы остановить внимание на том, что Михаил обращается к своему брату и его девушке официально, в приветствии *«Здравствуйте Алексей и Наталья!»*, а также к одному брату *«Здравствуй Алексей!!!»* с подписанной датой *«9.10.98г.»* подчеркивая красной ручкой. Прощаясь, Михаил пишет в конце письма *«Скучаю и люблю. Твой брат, солдат: Михаил»* с датой *«20.07.98г.»* и подписью; *«Жду твоего ответа. Твой младший брат: Михаил»* с подписью в конце; *«солдат российской армии: ряд. Чиркунов»* и ниже подпись *«P.S. Леха передавай привет всем пацанам кто меня знает. Особенно Лехи и Макс».*

Итак, в данном докладе мы остановились на одном аспекте – отражении темы «армия-дом». Можно отметить то, что Михаил соблюдает некие «правила письма», где в начале и в конце придерживается официального стиля, но в приписках и самом письме – он

использует просторечные выражения и нецензурную лексику, допускает ошибки, свойственные естественной письменной речи. Причину этих отступлений от канонизированных написаний мы видим в отсутствии высшего и среднего специального образования, как упоминалось ранее.

Литература и источники

1. Малый академический словарь (Евгеньева А. П.) 1999г.
2. Лебедева Н.Б. Жанры естественной письменной речи/ Н.Б. Лебедева, Е.Г. Зырянова, Н.Ю. Плаксина, Н.И. Тюкаева. – М.: URSS, 2010. – 256с.
3. Сухотерина Т.П. Фронтное письмо как жанр естественной письменной русской речи // Мир науки, культуры, образования. 2014 (б). №4. С. 249-251

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Лебедева Н.Б., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 811.111-26

ЧЕХОВСКИЕ МОТИВЫ В РАССКАЗАХ ЭЛИС МАНРО

Шубарева Т.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

tec2k8@yandex.ru

Сравнение Манро с Чеховым получило широкое распространение после высказывания Синтии Озик, которая утверждала, что Манро это Чехов, который переживёт всех своих современников. Действительно, множество различных материалов, таких, как «А кто ты, собственно, такая?» или «Слишком много счастья» иллюстрируют это сходство. Этот факт показывает, что наследие Чехова было очень важно для канадской писательницы на всём протяжении ее творчества. Основными схожими чертами творческой ориентированности писателей являются гуманизм, психологизм, отсутствие идеологической предвзятости, борьба с несправедливостью и социальным неравенством, способность переосмысления собственных ценностей. Правда творчество Манро можно считать более позитивным. Ещё одно сходство в том, что многие произведения Манро построены по подобию чеховских, сборники, связанные определённым местом и сквозными персонажами. Элис Манро получила Нобелевскую премию как мастер-писатель именно коротких рассказов.

Ключевые слова: Чехов, Элис Манро, Синтия Озик, мотив

CHEKHOV'S MOTIVES IN ALICE MUNRO'S STORIES

Shubareva T. A

Kemerovo State University

The comparison of Monroe with Chekhov became widespread after the statement of Cynthia Ozick, who claimed that Munro is a Chekhov who will outlive all his contemporaries. Indeed, a lot of different materials, such as "Who are you, exactly?" or "Too much happiness" illustrates this similarity. This fact shows that Chekhov's legacy was very important for the Canadian writer throughout her work. The main similar features of creative orientation of writers are humanism, psychologism, lack of ideological bias, the fight against injustice and social inequality, and the ability to rethink their own values. However, Munro's work can be considered more positive. Another similarity is that many of Munro's works are built in the likeness of Chekhov's, collections linked by a certain place and through characters. Alice Munro won the Nobel prize as a master writer of short stories.

Key words: Chekhov, Alice Munro, Cynthia Ozick, motif

Впервые сравнение Элис Манро с русским классиком прозвучало ещё в середине прошлого века, в последующие годы, по мере появления рассказов Манро эта её связь с Чеховым всё больше укреплялась. Известная американская романистка Синтия Озик характеризовала Манро в своих высказываниях следующим образом: «Она наш Чехов, и она переживет большинство своих современников» [1].

Известные литературоведы-эссеисты отмечали только отдельные черты сходства: например, умение Манро выбрать одну деталь, которая представит весь пейзаж; или «чеховскую остроту зрения», по отношению к разрыву между желаниями и возможностями своих героев [3]. К схожим чертам в творческой ориентированности обоих авторов так же относили лишённый малейшей недоброжелательности гуманизм и тонкий «демократичный» психологизм, отсутствие идеологической предвзятости. [4].

К перечисленным чертам можно добавить и тот факт, что Элис Манро является автором повестей и рассказов. Не написав ни одного романа, она получила Нобелевскую премию именно как мастер современного короткого рассказа.

Её некоторые книги построены по подобию чеховских. Это, к примеру, сборники «Жизнь девочек и женщин» (1968) и «Да кто ты вообще?» (1978). Данные сборники не что иное, как «романы в рассказах», связанные местом и сквозными персонажами. Стоит вспомнить хотя бы построенную именно таким образом чеховскую «маленькую трилогию», включающую такие рассказы, как «Человек в футляре», «Крыжовник», «О любви». Герои Манро и Чехова это заурядные люди, неспособные вырваться за пределы обыденной системы жизни.

Для того, чтобы выделить и другие сходства Манро и Чехова, я проанализировала несколько рассказов Элис Манро, обращая своё внимание на сборник «Слишком много счастья». Остановимся на героине рассказа «Жребий» одарённой двенадцатилетней девушке по имени Джулиет, которой удалось за один год получить степень магистра по филологии несмотря на своё происхождение. Джулиет родилась и выросла в заурядном провинциальном городе. «В городке, где она росла», – замечает повествователь, – на её одарённость посматривали так, как обычно смотрят на хромоту или лишний палец» [5]. Эта фраза по своей сути не что иное, как цитата из Трёх сестёр, где Маша так же говорит о себе и своих сестрах: «В этом городе знать три языка ненужная роскошь. Даже и не роскошь, а какой-то ненужный придаток, вроде шестого пальца» [6]. Героиня Манро, несмотря на своё происхождение, с лёгкостью поступает в университет, затем получает стипендии, пособия, учёную степень, находит работу, обретает личное счастье. И ничего не мешает ей успешно двигаться по собственному пути, стремясь осуществлять свои планы: ни собственное происхождение, ни какие-либо другие социальные барьеры. Таким образом, Манро, в отличие от Чехова, не уделяет столько внимания именно неравенству социальному, интеллектуальному. Стоит заметить, что часто мужьями героинь Манро – образованных и высокоинтеллектуальных становятся простые люди, плотники, лесорубы и рабочие. Чехов же, к примеру, посвятил теме неравного в социальном и интеллектуальном отношении брака добрый десяток рассказов: от «Дачницы» и «Розового чулка» и до «Учителя словесности» и «Супруги».

В рассказе Манро под названием «Любит – не любит» ярко освещена тема павшего духом человека, который всё-таки находит в себе силы принять мир таким, какой он есть. Как и у Чехова, мотивы (неизменные составляющие словесно-художественного сюжета) произведений Элис Манро это конечное осознание персонажем неправильности собственного поведения, сложность жизни в целом. Но подобное открытие составляет центральное событие именно чеховского рассказа. Оно не является окончательным, не обязательно меняет жизнь героев и может быть забыто уже на другой день. На этом фоне творчество Манро предстает и более однозначным, и оптимистичным.

Таким образом, в ходе исследования было проведено сравнение произведений Элис Манро и Антона Павловича Чехова, найдены общие черты, благодаря которым

нобелевскую лауреатку сравнивают с классиком, в качестве материала взяты рассказы Элис Манро «Жребий» и «Любит – не любит».

В качестве перспективы настоящего исследования работы предполагается возможность рассмотреть все примеры сходства в творчестве Манро и Чехова, а также более углубленное исследование языковой репрезентации чеховских мотивов в произведениях Элис Манро.

Литература и источники

1. Манро «Friend of My Youth» (1990).
2. Kareda U. The War Within Alice Munro's Heroine // Saturday Night. 1979. January–February. P. 62–63.
3. Статья: «Чеховские мотивы в произведениях Элис Манро URL: file:///C:/Users/boss/Desktop/Chehovskie_motivi_v_rasskazah_Elis_Manro.pdf/ (дата обращения 15.03.2020) [ОПОРНАЯ СТАТЬЯ]
4. Интернет-ресурс Википедия: информация об Элис Манро URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Манро,_Элис (дата обращения 29.03.2020)
5. Munro A. Chance // Munro A. Runaway. New York, 2005. P. 53.
6. Чехов А. П. Полн. собр. соч. и писем: В 30 т. М., 1974–1983. Соч. Т. 13. С. 131.
7. Что такое мотив? URL: <https://www.sites.google.com/a/school97.ru/motiv-v-literature/> (дата обращения: 29.03.2020)

Научный руководитель - канд. филол. наук, доц. Баикатова Ю.А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 808.54

РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ В ЖАНРЕ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОЙ ЛЕКЦИИ

Юнг Д. А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»,
daschaschulzik@mail.ru

Статья затрагивает вопрос об особенностях речевого воздействия в жанре научно-популярной лекции. Материалом эмпирического исследования выступает лекция Андрея Юрганова «Образование русского государства как проблема» в рамках телевизионного проекта «Academia» телеканала «Культура». Особое внимание в работе акцентируется на способах и приёмах речевого воздействия, используемых в речи и поведении коммуникатора. Рассмотрены приёмы и способы речевого воздействия, выделенные в работах И. А. Стернина. Проанализированы стилистические особенности высказываний, методика сообщения информации адресантом, используемые в речи разного рода лингвистические конструкции, а также невербальные средства коммуникации (голос, мимика, жесты). Выделенные ключевые приёмы оказываются эффективными, что доказывает частотное обращение людей к лекциям проекта Academia. Подобный вектор изучения лекционного жанра оказывается перспективным, поскольку в настоящее время научно-популярная лекция является своеобразным вариантом адаптации научного знания к массовому изучению. Знание способов и приёмов речевого воздействия, а также правильное их применение на практике позволяет выстроить продуктивное взаимодействие между участниками коммуникации. Результаты исследования могут быть применены при подготовке публичного выступления, а также в преподавании речеведческих дисциплин.

Ключевые слова: речевое воздействие, коммуникация, научно-популярная лекция.

SPEECH INFLUENCE IN THE GENRE OF POPULAR SCIENTIFIC LECTURE

Yung D.A.

The article deals with the question of the features of speech influence in the genre of popular science lectures. As the material of an empirical study, a lecture by Andrey Yurganov "Education of the Russian state as a problem" is offered within the framework of the TV project of the TV channel "Culture" Academia. Special attention is paid to the methods and techniques of speech influence used in the speech and behavior of the Communicator. The methods and methods of speech influence highlighted in the works of I. A. Sternin are considered. The article analyzes the stylistic features of utterances, the method of communicating information by the addressee, various linguistic constructions used in speech, as well as non-verbal means of communication (voice, facial expressions, gestures). The selected key techniques are effective, which is proved by the frequency of people's access to the lectures of the Academia project. Such a vector of studying the lecture genre is promising, since at present popular science lectures are a kind of adaptation of scientific knowledge to mass study. Knowledge of methods and techniques of speech influence, as well as their correct application in practice, allows you to build a productive interaction between communication participants. The results of the research can be applied in the methodology of building a public speech, as well as in linguistic speech-oriented disciplines.

Key words: speech influence, communication, popular scientific lecture.

В настоящее время в нашу жизнь прочно вошли различные интернет-ресурсы. Люди используют их не только для развлечения, но и для познавательно-образовательных целей. В.П. Сысоев выделяет во всемирной паутине информационные (текстовые, графические, аудиовизуальные) материалы, сетевые энциклопедии, электронные библиотеки, виртуальные туры по известным музеям и галереям, интернет–СМИ, интернет-каталоги, интернет-магазины и т.п. [7, с. 123]. Все они позволяют сделать науку доступнее, «популяризуют» её. Ярким примером адаптации научного материала к массовому изучению служит жанр научно-популярной лекции. Это достаточно уникальное явление, не имеющее «жанрового аналога в области коммуникации собственно научной» [3, с. 142]. Такая современная лекция отличается фрагментарностью, поверхностностью и краткостью [1, с. 34], что позволяет слушателям понять суть того или иного явления, факта и проч., не вдаваясь в глубинные подробности и детали.

Интересно проследить, за счёт каких средств, используемых в речи лектора, происходит достижение желаемого перлокутивного эффекта. Соответственно, цель предпринятого исследования заключается в рассмотрении специфики используемых речевых приёмов в жанре научно-популярной лекции. Для достижения поставленной цели необходимо проанализировать традиционные разновидности речевого воздействия, а также обратиться к реальным примерам научно-популярных лекций и рассмотреть их с точки зрения особенностей использования в них наиболее частотных способов речевого воздействия.

При анализе речевого воздействия будем опираться на работы И.А. Стернина. Так, в учебном пособии «Введение в речевое воздействие» исследователь выделяет следующие способы речевого воздействия на личность: доказывание, убеждение, уговаривание, клянченье, внушение, приказ, просьба, принуждение [5, с. 59-61]. Кроме того, И.А. Стернин говорит о различных приёмах захвата внимания аудитории: обращение к событию, времени, месту; обращение к борьбе, конфликту, противоречиям между людьми, различиям во мнениях, ссылка на общеизвестный и общедоступный источник информации; риторический вопрос; ссылка на свое эмоциональное состояние; возбуждение любопытства; демонстрация какого-либо предмета; рассказ о себе, своем личном опыте, случае из вашей жизни, о прочитанном вами; цитирование знакомого или знаменитости; исторический эпизод; ссылка на общеизвестный и общедоступный источник информации; обращение к жизненным интересам слушателей, к тому, что волнует их ежедневно [6, с. 50-54]. Неоспоримым является тот факт, что грамотное использование приёмов и способов

речевого воздействия позволяет усилить результативность процесса сообщения новых знаний.

Материалом эмпирического исследования стала лекция в рамках проекта «Academia» выдающегося российского историка, доктора исторических наук, профессора Российского государственного гуманитарного университета Андрея Юрганова «Образование русского государства как проблема» [8]. Цель телевизионного проекта канала «Культура» заключается в приобщении широкой аудитории к отечественной науке, расширении круга людей, которые заинтересованы в получении новых знаний. В лекции Андрея Юрганова поднимаются проблемные вопросы истории нашего государства, даётся своеобразный подход к их интерпретации.

Если говорить об основных способах воздействия на адресата в «Образовании русского государства как проблеме», то таковыми являются убеждение и доказывание. Лектор при объяснении того или иного тезиса приводит аргументы, причём выстраивает их в соответствии с законами логики. Но вместе с тем он оперирует не столько сухими фактами, сколько пользуется эмоциями, оказывает эмоциональное давление. Иными словами, коммуникатор старается навязать свою точку зрения реципиенту. Выбор такого способа речевого воздействия является продуктивным в научно-популярной лекции, поскольку он удовлетворяет её основным целям, и от лектора требуется «умение создать творческую обстановку, просто и ясно изложить научную проблему» [2, с. 147].

Убеждение и доказывание происходит в речи путём использования различных приёмов. А. Юрганов обращается к конкретному времени, событиям, именам и фактам (Иван III, Иван IV, смута, средневековые представления о мире и проч.) – это формирует информативно-содержательную сторону лекции. Кроме того, профессор апеллирует к авторитетному мнению (*«известный религиозный политический деятель Иосиф Волоцкий в своё время говорил»*), а также использует ссылку на общеизвестный и общедоступный источник информации – «Домострой» (*«все примерно себе представляют, что такое «Домострой»*). Далее создаётся впечатление, что выступающий уклоняется от темы, фокусируется на особенностях древнего памятника, но в итоге он снова выходит таким образом к проблеме восприятия государства в современном и прошлом мире. Соответственно, происходит убеждение слушателей в том, что обозначенное выступающим мнение есть истина.

Кроме обращения к другим мнениям и известным источникам, лектор скрытно, а иногда и напрямую говорит о своей позиции, о своём мнении на проблему: *«гуманитарная наука, с моей точки зрения, не должна исходить из заранее готового какого-то вывода»*, а затем усиливает это повтором: *«не должна быть производной от какой-то конструкции»*; *«мне думается, что»*.

На протяжении всего выступления А. Юрганов возбуждает и поддерживает любопытство у аудитории к изучаемому материалу. Это выражается и в многочисленных риторических вопросах, которые зачастую идут один за другим (*«почему возникает вопрос»*, *«откуда мы знаем заранее, что они думали»*, *«как это так»*, *«как может быть государь государем»*, *«как же это работает»*, *«что это такое»*, *«а почему это так, а не иначе»*), и в столкновении различных точек зрения, откуда возникает парадокс (*«когда мы сталкиваемся с непонятным – мы оказываемся в ситуации довольно-таки неприятной»*, *«мы ожидаем одно, а встречаем другое»*, *«и вот мы сталкиваемся с ещё одним странным фактом, который точно так же нас, опять же, смущает»*, *«но я могу разувериться»*), и в невербальных средствах общения.

Адресант активно меняет громкость голоса, его окрашенность, часто ставит паузы, причём иногда продолжительные, в некоторые моменты ярко жестикулирует руками. Нельзя не упомянуть о его мимике и выражении лица: он всматривается в лица аудитории; в моменты, когда говорит о вещах, с которыми спорит, делает взгляд удивлённым; улыбается и иногда даже делает лёгкую насмешку, особенно ближе к завершению лекции. Всё это позволяет воздействовать на присутствующих эмоционально и внушающим

образом, удерживает внимание, что в итоге помогает достичь основных целей лекции (о значимости фатики и суггестии в усилении содержательной – информативной или убеждающей – стороны воздействия см. в работе [3, с. 158-174]).

Выступающий очень часто вставляет в речь инклюзивное местоимение «мы»: «*насколько мы сможем*», «*мы с вами*», «*для нас*», «*мы бы хотели*», «*если хотите*», «*когда мы что-то исследуем, мы часто...*», «*мы с вами, когда говорим*», «*у нас возникает вопрос*» и т.д. Во многих случаях (это обусловлено и тематикой лекции) автор, употребляя местоимение «мы», имеет ввиду не только себя и присутствующих в аудитории, но и всё современное человечество.

Также в речи часто можно встретить синтаксическую конструкцию «*если ..., то*», которая может усиливаться повтором, как бы повышая своё градационное значение («*если исходить из того, что мы решаем вопрос «...», если мы говорим о «», то получается...*»; «*если мы полагаемся на теоретические основания «...», то тогда, конечно...; а если мы хотим понять, что думали современники о государстве, то мы можем заранее и не знать*»). При ответе на вопрос используется союзное слово «*потому что*»: «*скорее всего мы не знаем заранее, потому что «...», потому что, чтобы узнать, нужно провести исследование*»; «*потому что для нас государство*» и т.д.

Лектор также украшает свою речь всевозможными фигурами и тропами: («*историческое дно*», «*таинственная пещера*», «*лабиринты*»), однородными синонимами («*отечество – это твоя семья, твой род, твоё, так сказать, племя*», «*само собой, навсегда данное*»). Они помогают вообразить исторические факты, а также выступают, в случае с синонимами, элементами ретардаций.

Таким образом, в современных научно-популярных лекциях способам речевого воздействия уделяется большое внимание. В отличие от академической лекции, лекция научно-популярная рассчитана на массового, неспециализированного в конкретной научной области слушателя – этим определяется выбор приёмов речевого воздействия. Адресант отдаёт предпочтение доказыванию и убеждению адресата путём апелляции и общеизвестным и понятным вещам, говорит о своём мнении, при этом не отделяя себя от аудитории, постоянно поддерживает интерес к теме различными рассуждениями, вопросно-ответными конструкциями; делает свою речь живой и не слишком абстрактной.

Литература и источники

1. Драгун, Е.М. Инфотейнмент как явление современной медиакультуры: автореф. дис. ... канд. культурологии / Е.М. Драгун. – М., 2015. – 34 с.
2. Ондар, Л.М. Научно-популярная лекция по психологии // *Фундаментальные и прикладные научные исследования: сборник статей Международной научно - практической конференции* (3 апреля 2016 г., г. Саранск). В 2-х ч. Ч.2. – Уфа: МЦИИ ОМЕГА САЙНС, 2016. – 147 с.
3. Риторика: учебное пособие / А.Г. Антипов, Л.А. Араева, Т.В. Артёмова, А.Ю. Арышева, Д.А. Валишина, П.А. Катышев, О.О. Лисова, С.В. Оленев, Ю.С. Паули, Ю.А. Соснина, О.В. Стрыгина, А.В. Татарина; под ред. П.А. Катышева. – Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2011. – 338 с.
4. Соколова, И.С. Особенности современной научно-популярной лекции по естествознанию / И.С. Соколова // *Румянцевские чтения – 2017: 500-летие издания первой славянской Библии Франциска Скорины: становление и развитие культуры книгопечатания: Материалы международной научно-практической конференции: в 3-х частях* / Сост. Е.А. Иванова. 2017. – С. 141-144.
5. Стернин, И.А. Введение в речевое воздействие / И.А. Стернин. – Воронеж: Истоки, 2001. – 227 с.
6. Стернин, И.А. Практическая риторика в объяснениях и упражнениях для тех, кто хочет научиться говорить / И.А. Стернин. – Воронеж: Истоки, 2011. – 169 с.

7. Сысоев, П.В. Современные информационные и коммуникационные технологии: дидактические свойства и функции / П.В. Сысоев // Язык и культура. – 2012. – № 1. – С. 120-133.

8. Юрганов, А. Образование русского государства как проблема / А. Юрганов // Официальный интернет-сайт телеканала «Культура». Раздел «Видео». – URL: https://tvkultura.ru/video/show/brand_id/20898/episode_id/156437. (Дата обращения 17.03.2020 г.).

Научный руководитель - канд. филол. наук, доц. Оленев С.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ФОРМИРОВАНИЯ ОБРАЗА ПОЛИТИКА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Алексеева Н.В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

natali1998alekseeva@mail.ru

В данной статье рассматривается понятие формирования образа политика. Настоящее исследование посвящено рассмотрению формирования образа политика в социальных сетях путём использования коммуникативных стратегий и тактик. В статье отражены результаты исследования, о том, какие ядерные стратегии и тактики использует политический деятель на примере социальных сетей, какими приемами пользуется политик в своей профессиональной деятельности. Рассматриваются основные признаки речевых стратегий и тактик. Гипотеза исследования заключается в предположении о том, что социальные сети являются площадкой формирования образа политика через определенный набор коммуникативных стратегий и тактик. Новизна данной работы заключается в анализе коммуникативных стратегий и тактик, которые направлены на создание образа политика.

Эмпирическая база исследования позволяет установить, как и с помощью каких речевых приемов работают разнообразные речевые стратегии и тактики, в итоге выявляется, что политический лидер использует чаще всего. Объектом исследования выступает имидж политика в социальных сетях, предметом являются коммуникативные стратегии и тактики, направленные на формирование определённого образа политика.

Ключевые слова: образ, стратегия, тактика, социальные сети, политический дискурс.

LINGUISTIC MEANS OF FORMING THE IMAGE OF A POLITICIAN IN SOCIAL NETWORKS

Alekseeva N.V.

Kemerovo State University

This article discusses the concept of forming the image of a politician. This study is devoted to the formation of the image of a politician in social networks through the use of communication strategies and tactics. The article reflects the results of the research, which nuclear strategies and tactics are used by a political figure on the example of social networks, and what techniques a politician uses in his professional activity. The main features of speech strategies are considered. The research hypothesis is based on the assumption that social networks are a platform for forming the image of a politician through a certain set of communication strategies and tactics. The novelty of this work lies in the analysis of communication strategies and tactics that are aimed at creating an image of a politician.

The empirical base of the study allows us to determine how and by what speech techniques various speech strategies and tactics work, and as a result, it is revealed that the political leader uses most often. The object of the research is the image of a politician in social networks, the subject is communication strategies and tactics aimed at forming a certain image of a politician.

Key words: image, strategy, tactics, social networks, political discourse.

Актуальность темы обусловлена тем, что в современный период развития возрастает количество людей, которые активно используют социальные сети не только для общения и передачи какой-либо информации, но и для того, чтобы проявить себя, создать определенное мнение окружающих и пользователей социальных сетей. Целью настоящей работы является выявление речевых стратегий и тактик, формирующих имидж политика в социальных сетях. Для достижения поставленной цели необходимо выполнить ряд задач:

- 1) формирование теоретической базы по таким вопросам, как речевые стратегии и тактики, политический дискурс и социальные сети;
- 2) формирование эмпирической базы исследования путем выявления коммуникативных стратегий и тактик политика;
- 3) описание и классификация коммуникативных стратегий и тактик, формирующих образ политика.

В текстах политиков стратегия выражается через определенный набор тактик, которые в свою очередь реализуются через приемы речевого воздействия. Стратегия определяется как «определенная направленность речевого поведения в данной ситуации, в интересах достижения цели коммуникации» [1, с. 20-30]. Но у данного термина есть и другие дефиниции, например, также под речевой стратегией понимается «многоаспектное коммуникативное явление, которое реализуется на уровне текста и разговорной речи» [2, с. 34].

Понятие речевая стратегия неразрывно связано с понятием речевой тактики, которая вытекает из стратегий и подчиняется им. Тактика – это часть стратегии, совокупность путей, форм, приемов, методов и средств реализации политических идей и программ, достижения целей и задач стратегии [3, с. 70]. Тактика создается как разделение стратегического развития на этапы, которые представляют собой самостоятельные процессы и моменты целого одновременно. Особенности речевого дискурса активно исследуются лингвистами в научных работах, в рамках когнитивной лингвистики и социолингвистики. Основным признаком речевой стратегии является то, что она подчиняется выбору говорящего и всегда предполагает наличие альтернативы.

Политическая коммуникация отражает борьбу за власть. Это отстаивание является основополагающим мотивом в политическом общении. Политическая коммуникация – это процесс общения между участниками политической деятельности. Термин коммуникация восходит к латинскому *communis*, что означает: делаю общим, связываю, общаюсь. Современные специалисты называют коммуникацией совместную деятельность по кодированию, передаче и восприятию информации. В коммуникации участвуют две стороны: адресант (говорящий или пишущий) и адресат (слушающий или читающий). [4, с. 26].

В век современных технологий социальные сети играют немаловажную роль в жизни людей. Появление политиков в них растет, потому что растет и аудитория слушателей-читателей, которые пользуются сетями в Интернете. Большинство людей сейчас предпочитают СМИ социальным сетям, потому что там получить информацию проще и быстрее, но и политику теперь достаточно проще сформировать свой имидж.

Как правило, аккаунт (страницу) ведет не сам политический деятель, а его команда специалистов. Профессионалы смогут добиться того, чтобы создать необходимый образ и вызвать интерес к политическому лидеру. Социальные сети в настоящее время являются одним из основных инструментов политической власти. Лидеры современных социальных сетей – огромные информационные системы, куда вовлечены массы людей. И у народа есть выбор: следить за политиком, за каждым его новым действием (постом) или же игнорировать это.

Главным понятием персуазивного подхода считается убеждение. Убеждение действует на сознание личности через обращение к ее собственному суждению. Основу метода убеждений составляет отбор, логическое упорядочение фактов и выводов, призванное обеспечить сознательное принятие реципиентом системы оценок и суждений в согласии с

иной точкой зрения. Убеждение строится с помощью доказательства, обоснования и аргументации. В персуазивной стратегии объединены разные стратегии, которые воплощаются в определенном наборе тактик.

Персуазивная стратегия очень активно используется в политическом дискурсе, она может быть истолкована как направленность на такие изменения в картине мира адресата, которые «повлекут за собой регуляцию диспозиций и деятельности адресата в пользу адресанта» [5, с.115].

Стратегия убеждения для политика является одним из самых главных коммуникативных приемов. Политическому деятелю нужно убедить адресатов принять его позицию, добиться соглашения с его мнением. Проведённый анализ позволяет прийти к выводу, что эта стратегия реализуется с помощью использования специфических аргументативных и агитационных тактик.

Ядерные тактики стратегии убеждения:

- Тактика констатации проделанной работы: “Началось благоустройство площади”; “Уже готов проект для спортивного комплекса с двумя бассейнами”; “Обсудил судьбу Соснового бора с общественниками и равнодушными кемеровчанами”; “Срочные меры, которые мы начали принимать, помогли”.

- Тактика указания на перспективу: “Глядя на них, молодежь и дети Кузбасса будут расти в духе патриотизма и любви к Родине”; “Преобразится площадь Праздничная”; “Будем создавать общественные советы”; “Задача - улучшить здравоохранение в Кузбассе”; “Администрация Кемерова разработает положение о дирекции особо охраняемой природной территории”; “Мы начинаем новый этап развития Кузбасса!”

- Тактика обещания: “Благоустроим 2,7 км дамбы”; “Ведется разработка проекта капремонта ДК имени Ленина”; “В конце года начнем строить!”; “Проведут освещение средней трассы”; “Вся информация будет публиковаться и обсуждаться с общественностью!”; “Полотно переделаем за счет подрядчиков”.

- Тактика обоснованных оценок: “Темпы, с которыми преобразовывается Междуреченск, радуют”; “У города есть все шансы стать лучшим на конкурсе малых городов России”.

Стратегия удержания власти реализуется за счёт большого количества тактик. Ядерные тактики стратегии удержания:

- Тактика признания существования проблемы: “Качество ремонта на данных участках не отвечает нормам”; “А.П. и Н.С. рассказали, что не получили подарок от государства- автомобиль “Ока”.” “Случившееся - результат серьезных системных проблем”; “Медицина была в ужасающем состоянии”; “Были нарекания со стороны жителей”.

- Тактика разъяснения: “За лето отремонтировали много дорог... Осмотрели дороги на...улицах”; “Решением проблем мы уже занимаемся”; “Большой труд и удача - найти того, кто станет родным, близким...”; “Медицину губили неумелое управление и огромные долги больниц”.

- Тактика согласия с жителями: “И, уверен, междуреченцы со мной согласятся”; “Все нововведения будут обсуждаться с людьми”.

- Тактика указания на путь решения проблемы: “Улучшить жилищный участок, выплатить компенсацию за автомобиль”; “Необходимые меры, которые позволят не допустить подобной беды в будущем, принимаются уже сейчас”.

- Тактика категоричного принятия решения: “Вызвал на место подрядчиков: “В таком виде работу не приму”; “Строительства в сосновом бору не допущу!”; “Принял решение - оцифровать Сосновый бор с применением беспилотных аппаратов”.

- Тактика возможного наказания за плохо сделанную работу: “Повторится еще раз - отвечать будут головой!”; “Все виновные будут наказаны по закону”.

- Тактика единения: “Мы самые крупные грузоотправители в России”; “Мы связаны неразрывно”; “Всех героев объединяет одно: равнодушие к чужой борьбе,огромное

мужество...”; “Трагедия прошла через сердца каждого из нас”; “Сегодня день семьи, любви и верности, с этого начинается все”; “Реализация проекта “прогулка с врачом”, где врачи отвечают на вопросы пациентов”

Имидж политического деятеля – это его прямая дорога к успеху. Чтобы добиться любви народа, ему нужно уметь показывать себя в лучшем свете. Чтобы повлиять на своих слушателей, завоевать симпатию населения, политический лидер показывает не свои истинные качества, а образ, который он создает и навязывает людям, используя различные тактики:

- Тактика акцентирования положительной информации: “Сегодня день железнодорожника! Званию особый почет и уважение. С праздником!”; “Продолжаю знакомить вас с работой по благоустройству Кузбасских территорий.Сегодня-Междуреченск”; “...живут такие сильные и трудолюбивые люди”.

- Тактика акцентирования: “Ветераны Кузбасской земли”; “Старейший ветеран России”; “Героический человек”; “Подвиг победителей”; “Внимание к ветеранам и участникам ВОВ”; “Вспомнили погибших героев”; “Невозможно поименно назвать всех героев”; “Настоящие герои нашего времени”; “День семьи, любви и верности”; “Счастье-семья и любовь”; “Беречь семью”; “Любить родных - смысл жизни мужчины”.

- Тактика отождествления и тактика солидаризации: “Мы вспомнили погибших героев”; “Трагедия навсегда разделила нашу жизнь на периоды до и после”; “Трагедия прошла через сердца каждого из нас”; “Быть вместе. Навсегда”; “Моя команда - это вы”; “Только вместе мы сделаем Кузбасс регионом №1”

Персуазивная стратегия в создании образа политика играет ключевую роль, она помогает воздействовать на позицию адресата и изменять его поведение. Под персуазивным речевым действием понимается коммуникативная деятельность, направленная на формирование конкретного отношения у адресата к политическому деятелю.

Социальные сети – идеальная площадка для создания имиджа политика. Политик, наблюдая за реакцией народа на свои посты, может понять, какое настроение у народа, какие именно темы его волнуют в настоящее время, на какие проблемы акцентируется внимание.

Литература и источники

- 1..Паршина, О.Н. Российская политическая речь: Теория и практика/под ред. О.Б.Сиротиной. Изд. 3-е. М.:книжный дом “ЛИБРОКОМ”, 2012.
- 2..Шейгал, Е.И. Семиотика политического дискурса. М.:Волгоград,2004
- 3.Иссерс, О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Омск: Изд-во Омск. гос. ун-та,1999.
- 4.Современная политическая коммуникация: Учебное пособие / Отв. Ред. А.П. Чудинов / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2009. – 292 с.
- 5.Чепкасов А.В. Составляющие имиджа Кузбасса в текстах выступлений губернатора Кемеровской области // Филология и культура. Казань. Издательство: Казанский (Приволжский) федеральный университет. 2017. – С. 112-121.

Научный руководитель - канд. филол. наук, доц. Кишина Е.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 101.1:316

СПЕЦИФИКА ВОСПРИЯТИЯ ЯЗЫКА ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ ЭКСПЕРИМЕНТА)

Бедарев А. А.

В настоящей работе делается попытка описания динамики языковой системы, в частности, её лексического уровня, в такой сфере коммуникации, как интернет. Один из вопросов в рамках поставленной проблемы касается лексикографической фиксации слов и выражений русского языка, актуальных для новейшего этапа развития интернет-коммуникации. На наш взгляд, на данный момент требуется лингвистическое описание процесса появления сленговых конструкций и их функционирования с точки зрения изменения и развития их семантической структуры. Помимо того, что семантику сленговых выражений сложно зафиксировать, возникает и проблема, связанная с восприятием этих слов / выражений разными возрастными группами. Ввиду того, что скорость создания новых слов огромна, носители языка не всегда могут обратиться за комментариями к толковым, орфографическим, словообразовательным и другим словарям. Прежде всего, сленговые конструкции чаще всего являются нелитературными, их значения модифицируются быстрее, чем создается печатный словарь. В результате возникает острая необходимость создания онлайн-словаря, который бы правильно и подробно описывал значения новых слов, оперативно реагируя при этом на происходящие изменения в интернет-коммуникации. В дальнейшем, с помощью подобного словаря можно будет отслеживать перераспределение значений единиц, анализировать процессы функционирования сленговых конструкций с точки зрения разных уровней языковой системы.

Ключевые слова: интернет-коммуникация, лексикография, молодёжный сленг, лингвистический эксперимент, онлайн-словарь.

SPECIFICITY OF INTERNET COMMUNICATION LANGUAGE PERCEPTION (ON EXPERIMENT MATERIAL)

Bedarev A. A.

Kemerovo State University

This work attempts to describe a dynamics of language system, in particular, its lexical level in the Internet communication. A question of the issue concerns a lexicographical fixation of Russian words and phrases relevant to the newest phase of development of the Internet communication. In our view, linguistic description of the process of occurrence of slang constructions, their functioning in terms of change and development of their semantic structure, is required. Besides difficult recording of semantics of slang phrases, raises the issue of perception of this words/phrases by different age groups. Due to the fact that the speed of new words creation is enormous, native speakers can not always turn to the lexicon, orthographic, morphological and other types of dictionaries. First of all, slang constructions are most often non-literary and their definitions change faster than printed dictionaries are created. As a consequence, it is necessary to create an online dictionary that will correctly and extensively describe all definitions of new words and quickly respond to all changes in the Internet communication. With the help of this dictionary further it will be possible to track redistribution of definitions of units and to analyze processes of functioning of slang constructions in terms of different levels of the language system.

Key words: Internet communication, lexicography, slang, linguistic experiment, online-dictionary.

Одним из важных вопросов при обращении к такой сфере, как интернет-коммуникация, является возможность фиксации, а следовательно, и описания лексических единиц, типичных для интернет-коммуникации, в новых лексикографических источниках. Ученые отмечают, что интернет-коммуникация обладает множеством характеристик, в частности, она трансформирует и модифицирует язык, порождая тем самым новые условия его

функционирования. Проявляется это через синтез устной и письменной речи. В результате мы получаем устно-письменную форму коммуникации, причем в режиме реального времени [1]. Одной из особенностей такой формы является скорость создания нового материала, который не ограничен ни территорией, ни языком, ни культурой [2].

По нашим наблюдениям, многие люди старше 25-30 лет не способны в полной мере понять те речевые конструкции, которые создает более молодое поколение. Нарастание значений, создание новых слов и выражений, буквенных комбинаций происходит настолько интенсивно, что носители русского языка с разницей в возрасте в 4-5 лет уже не могут в полной мере анализировать полученную друг от друга информацию. В результате в рамках одного языка формируются барьеры, которые мешают коммуникантам разных возрастов воспринимать информацию, обрабатывать ее, что, безусловно, ухудшает процесс общения. Поэтому на данном этапе развития интернет-коммуникации есть необходимость описания того языкового материала, который помог бы людям разных возрастных групп без ограничений воспринимать и передавать информацию. Для этого и необходимы словари новой лексики в интернет-коммуникации.

Рассматривая имеющиеся лексикографические источники по выбранной нами проблематике, мы пришли к выводу о том, что словарей, решающих проблему описания новейших слов в интернет-коммуникации, в российской науке пока не так много. Одним из наиболее известных лексикографических источников считается «Словарь языка интернета», изданный в 2016 году под редакцией профессора М. А. Кронгауза [3]. Однако авторы словаря неоднократно подчеркивали, что словарь на момент выхода (материал собирался на протяжении 20 лет) уже морально устарел [3, с. 3-5].

Мы решили проверить утверждение соавтора и научного редактора словаря М. А. Кронгауза о том, что печатный источник не является современным уже в момент его публикации. Мы полагаем, что небольшая разница в возрасте или отсутствие у информанта желания участвовать в интернет-коммуникации приводит к формированию барьера, в результате которого пользователи интернета либо совсем не понимают речевые конструкции, либо воспринимают их без осознания некоторых особенностей, либо воспринимают не в том значении, которое имелось в виду говорящим / пишущим.

На данный момент мы провели пилотный эксперимент в форме анкетирования. Респондентами выступили 60 человек в трех возрастных группах (по 20 человек в каждой): 1) школьники 11 класса (17-18 лет); 2) студенты очной формы обучения 3-4 курсов (19-21 год); 3) люди старше 30 лет. Информантам были предложены следующие задания: «В анкете приведены примеры сленговых слов / выражений, взятых из обыденной интернет-коммуникации. Если они вам известны – ставьте «плюс», если неизвестны – «минус». Если слово / выражение используется Вами в интернет-коммуникации, напишите «да», в противном случае – «нет». По возможности объясните значение всех предложенных в списке единиц». В качестве дополнительного задания предлагалось привести примеры единиц, аналогичные тем, которые были даны в основном задании.

Для проведения анкетирования были отобраны 20 лексем, выражений и буквенных комбинаций. Первая группа (9 единиц) взята из «Словаря языка интернета»: *ламповый* [3, с. 61], *няшка* [3, с. 82], *ой, все* [3, с. 83], *пруф* [3, с. 100], *рак* [3, с. 106], *сорьки* [3, с. 118], *троллинг* [3, с. 133], *xD* [3, с. 156], *ЧСВ* [3, с. 161]. Вторая группа (11 единиц) – из собственного опыта речевой коммуникации в сети интернет: *беды с башкой*, *биас*, *жиза*, *имба*, *краш*, *ПЖ*, *пикча*, *рофл*, *БУБ*, *press F*. Все единицы были даны в алфавитном порядке.

Результаты проведенного анкетирования можно представить в форме таблиц № 1 и № 2.

Таблица 1. Возрастная группа 17-18 лет (20 респондентов).

слово / выражение интернет- коммуникации	из известно (+) / неизвестно (-)	Используется вами в интернет- коммуникации? (да / нет)	Если да, то в каком значении?
<i>беды с башкой</i>	10 / 10	2 / 18	Болит голова / проблемы с психикой /

			душевное расстройство / запутался
<i>биас</i>	1 / 19	0 / 20	-
<i>жиза</i>	20 / 0	20 / 0	Жизненно / выражение согласия / жизненная ситуация
<i>имба</i>	0 / 20	0 / 20	-
<i>краш</i>	12 / 8	6 / 14	Любимый человек / кумир / человек, кт нравится / молодой человек
<i>ламповый</i>	1 1 / 9	2 / 18	Уютный / милый / домашний
<i>няшка</i>	19 / 1	10 / 10	Милый / красивый
<i>ой, все</i>	2 0 / 0	17 / 3	Обида / закончились аргументы в споре / желание закончить диалог
<i>ориг</i>	16 / 4	10 / 10	Оригинальный / оригинал / новый
<i>ПЖ</i>	19 / 1	10 / 10	Пожалуйста
<i>пикча</i>	1 3 / 7	13 / 7	Картинка / фотография
<i>пруф</i>	14 / 6	9 / 11	Доказательство / факты
<i>рак</i>	5 / 15	0 / 20	Болезнь / животное / плохой игрок
<i>рофл</i>	20 / 0	12 / 8	Прикол / шутка / издёвка
<i>сорьки</i>	18 / 2	13 / 7	Извинение / просьба простить
<i>троллинг</i>	18 / 2	6 / 14	Шутка / развод / юмор / насмешка
<i>xD</i>	7 / 13	2 / 18	Прикол / шутка / смешно / эмодзи
<i>ЧСВ</i>	20 / 2	15 / 5	Чувство собственной важности / высокая самооценка
<i>БУЪ</i>	6 / 14	3 / 17	Нечего сказать / словами не передать
<i>press F</i>	2 / 18	1 / 19	Уважение

Таблица 2. Соотношение восприятия и применения сленговых конструкций (первое число – сколько % информантов знают данное выражение; второе – сколько % информантов применяют выражение)

слово / выражение из интернет-коммуникации	Первая возрастная группа	Вторая возрастная группа	Третья возрастная группа
<i>беды с башкой</i>	50% / 50%	75% / 35%	65% / 10%
<i>биас</i>	5% / 0%	40% / 10%	25% / 5%
<i>жиза</i>	100% / 100%	100% / 85%	45% / 10%
<i>имба</i>	0% / 0%	10% / 5%	10% / 0%
<i>краш</i>	60% / 30%	65% / 80%	40% / 5%
<i>ламповый</i>	55% / 10%	65% / 40%	40% / 40%
<i>няшка</i>	95% / 50%	95% / 20%	90% / 25%
<i>ой, всё</i>	100% / 85%	100% / 20%	85% / 5%
<i>ориг</i>	80% / 50%	60% / 35%	25% / 5%
<i>ПЖ</i>	95% / 50%	85% / 25%	45% / 10%
<i>пикча</i>	65% / 65%	75% / 25%	25% / 20%
<i>пруф</i>	70% / 45%	40% / 30%	35% / 5%
<i>рак</i>	25% / 0%	35% / 20%	25% / 0%
<i>рофл</i>	100% / 60%	70% / 35%	35% / 0%
<i>сорьки</i>	90% / 65%	95% / 40%	65% / 20%
<i>троллинг</i>	90% / 30%	95% / 35%	80% / 15%
<i>xD</i>	35% / 10%	60% / 10%	20% / 5%
<i>ЧСВ</i>	100% / 75%	80% / 55%	20% / 5%
<i>БУЪ</i>	30% / 15%	45% / 10%	30% / 10%
<i>press F</i>	10% / 0%	20% / 10%	20% / 0%

К
ак
мы
и
пре
дпо
лаг
али
,
пер
вая
гру
ппа
еди
ни
ц
(из
«С
лов
аря
язы

ка интернета») была успешнее осознана первыми двумя возрастными группами. Рассмотрим пример *ЧСВ*. Исходя из второй таблицы, мы можем видеть, что уровень известности и применения этой аббревиатуры понижается с увеличением возраста: 100% -- 80% -- 20%. В первой таблице соотношение известно 100%, в третьей – лишь 20%. Конструкция *xD* при этом воспринимается успешнее второй возрастной группой, нежели первой, ср.: 35% -- 60% -- 20%. А третья группа понимает эту конструкцию меньше всего. Это доказывает гипотезу о том, что даже примеры, закрепленные в словаре М. А. Кронгауза, очень быстро выходят из употребления, и информанты самой младшей

возрастной группы (17-18) уже меньше понимают значение данных единиц, чем вторая возрастная группа (19-21). Более того, мы можем отметить тот факт, что третья возрастная группа трактует единицы, которые омонимичны узуальной лексике, только в словарном значении, ср.: *рак* – это животное семейства ракообразных, вместо *рак* – неумелый человек.

Вторая группа лексических единиц, взятая из собственного опыта интернет-коммуникации, не закреплена в словарях, поэтому пока не имеет кодифицированного значения. Разница в восприятии между первой и второй возрастными группами примерно уравнена. Например, *БУЪ* воспринимается первой возрастной группой в 30% случаев, а второй – в 45% случаев. Конструкция *ПЖ* воспринимается в первой возрастной группе в 95% случаев, а во второй – в 85%. Этот факт доказывает, что первые две группы новые слова воспринимают примерно одинаково, при этом третья группа от них сильно отстает. Например, *жиза* в восприятии информантов выглядит следующим образом: 100% -- 100% -- 45%. Обращаясь к конструкции *press F*, однако, можно увидеть равенство второй и третьей группы 10% -- 20% -- 20%. Разница состоит в том, что третья группа не знает основного значения этой единицы – «выразить уважение», пришедшее из игры *Call of Duty*.

Исходя из результатов проведенного анкетирования, можно сделать следующий вывод: примеры из словаря М. А. Кронгауза лучше воспринимаются второй возрастной группой. Примеры, взятые нами из собственного опыта интернет-коммуникации, воспринимаются первой и второй группами примерно равномерно. Третья же возрастная группа чаще всего воспринимает слова в значении, закреплённом в толковом словаре. Отсюда следует, что примеры, приведенные М. А. Кронгаузом, уже менее частотны в интернет-коммуникации, молодые люди их понимают в меньшей степени. Это подтверждает гипотезу авторов «Словаря языка интернета» по поводу «устаревания» лексических единиц. Кроме того, возникают коммуникативные сбои в трактовке некоторых значений. В частности, первые две возрастные группы определили *БУЪ* как эмоджикон, выражающий «возмущение». Третья возрастная группа идентифицировала этот набор букв как междометие или набор клавиш.

Таким образом, изменения в языке проходят значительно быстрее, чем прежде. Для улучшения коммуникации в виртуальном пространстве необходимо исследовать сленг, описывать и выявлять законы его функционирования. Это позволит раскрыть как языковой потенциал на различных уровнях языковой системы, так и коммуникативный потенциал языковой личности, в особенности – личности виртуальной. В перспективе нашего исследования мы планируем провести обратный эксперимент, в ходе которого примеры, данные респондентами на первом этапе, выступят в качестве стимульных единиц в анкете. Таким способом нам удастся собрать материал для проекта онлайн-словаря сленговых выражений, который будет функционировать в общем доступе в сети интернет.

Литература и источники

1. Лутовинова О. В. Интернет как новая устно-письменная система коммуникации / О. В. Лутовинова // Известия российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – 2008. – № 1. – С. 58-65.
2. Петровская О. А. Межкультурная коммуникация в «языковых» мессенджерах / О. А. Петровская, Ю. Р. Шевцов // Журнал философских исследований. – 2019. – Т. 5. – № 4. – С. 17-24.
3. Кронгауз, М. А. Словарь языка интернета.ru / М. А. Кронгауз, Е. А. Литвин, В. Н. Мерзлякова, А. Ч. Пиперски, А. А. Сомин, Ю. А. Черненко. – М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2016. – 288 с.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Денисова Э. С., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

РИТОРИКО-КРИТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ КИТАЙСКОЙ РЕКЛАМЫ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ

Белова М. С.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
mashabelova.2013@gmail.com

Данная работа посвящена теоретико-практическому исследованию текстов китайской рекламы продуктов питания с точки зрения риторической критики. В качестве материала используются ТВ реклама, а также различные баннеры. Как и любая деятельность, риторическая критика должна включать в себя: субъект, предмет (объект), цель, средство, процедуру, внешние условия и продукт. Основные структурные элементы рекламных текстов – это заголовок, основной текст и слоган.

Ключевые слова: Риторическая критика, реклама, продукты питания.

RHETORIC-CRITICAL RESEARCH OF CHINA FOOD ADVERTISING

Belova M.

Kemerovo State University

This work is devoted to theoretical and practical research of texts of Chinese food advertising in terms of rhetorical criticism. The material used is TV advertising, as well as various banners. Like any activity, rhetorical criticism should include: subject, object, goal, means, procedure, external conditions and product. The main structural elements of advertising texts are: heading, body text and slogan.

Key words: Rhetorical criticism, advertising, food.

В последнее время возрастает интерес к изучению китайских текстов. На данный момент Китай занимает одну из лидирующих позиций в экономике, оказывает большое влияние на продукцию и рынок в целом. В связи с этим, в России растёт число людей, заинтересованных в изучении китайского языка, в анализе и понимании китайских текстов. Реклама является идеальным объектом для риторической критики, поскольку при анализе текста рекламы можно выделить риторические техники, приемы, недостатки речи.

В. В. Смолененкова в работе «Риторическая критика как филологический анализ публичной аргументации» дает такое определение: «Риторическая критика – филологическая наука, анализирующая тексты риторических произведений и факты публичных выступлений с точки зрения замысла оратора, интересов аудитории и параметров социо-культурного и историко-политического контекста» [2, с. 1].

Риторическая критика как деятельность содержит в себе такие составляющие этапы, как **описание, анализ, интерпретация и оценка.**

Как и любая деятельность, риторическая критика должна включать в себя: субъект, предмет (объект), цель, средство, процедуру, внешние условия и продукт. **Продукт** риторической критики есть критическое эссе. **Внешние условия** – это историко-политический фон, общий для ратора и критика. **Средством** риторической критики является язык. **Субъект** риторической критики – критик, стремящийся к максимально эффективному и последовательному анализу [1, с. 11-12].

Реклама — это оповещение различными способами для создания широкой известности с целью привлечения потребителей, зрителей. Следовательно, целью риторической критики китайской рекламы продуктов питания является описание, анализ, интерпретация и оценка рекламных текстов и приемов.

Материалом для исследования послужили различные ТВ рекламы, а также баннеры. В качестве источника видеорекламы мы выбрали популярные китайские онлайн-видео платформы iQiyi и Bilibili [3, 4]. Для анализа мы взяли не только слоганы, но и сам текст рекламы, что позволит выявить характерную лексику данной рекламы.

Как правило, структура рекламного текста делится на три блока: заголовок (привлечение внимания) — основной текст (разъясняющие комментарии, способные заинтересовать рецептора) — заключение (сообщение, убеждающее рецептора в необходимости приобретения товара). Таким образом, основные структурные элементы рекламных текстов — это: заголовок, основной текст, слоган.

Выделяют три вида заголовков:

1. **直接标题** (прямой заголовок) — включает в себя основное и главное содержание рекламы, обращение к целевой аудитории.
2. **间接标题** (заголовок-вопрос) — используется с целью привлечения внимания аудитории.
3. **复合标题** (сложный заголовок) — состоит из трёх частей: **引题** — эпиграф, **正题** — заголовок с основной частью, **副题** — подзаголовок.

Слоган (广告语 или 广告词) является самой важной частью рекламы, его главной задачей является влияние на массовое сознание. Исходя из нашего исследования, мы выявили, что самыми влиятельными в китайской рекламе считаются короткие, четкие и понятные слоганы, составленные по формуле 4 на 4 иероглифа. Такая структура слогана делает его простым, более удобным, а также запоминающимся, что позволяет добиться успеха.

Например:

- 1) 冷热酸甜, 想吃就吃 (4+4 иероглифа) – Холодное, горячее, кислое и сладкое — что хочешь, то и ешь!
- 2) 健康科技 与众不同 – (4+4 иероглифа) – Здоровье, наука и техника выделяются из толпы!
- 3) 贝多美味 贝多欢乐- (4+4 иероглифа) – Больше вкуса - больше радости!

Но встречаются и исключения, где используется пять и более иероглифов в одном слогане.

Проанализировав различные рекламы продуктов питания, мы выявили характерную лексику. В качестве примера приведем одну из проанализированных ТВ реклам: 海天酱油 – соевый соус Хайтянь.

Название продукта (рекламы) и слога	Слово	Значение
海天酱油 – соевый соус Хайтянь 真正晒出来的好酱油 – Действительно хороший соевый соус.	В течение всего ролика используется иероглиф 晒.	1) сушить на солнце; выставлять [для просушки] на воздух В сочетании с другими иероглифами (примеры из рекламы): 晒出来 – демонстрировать, выставлять напоказ; 晒出香 – выдающийся аромат; 晒出味 – выдающийся вкус; 晒出色 – выдающийся цвет.

Как показывают результаты анализа, для китайских реклам характерно использование «ключевого» слова, которое употребляется в тексте рекламы.

Перспектива нашей работы связана с дальнейшим сбором материала, увеличением количества проанализированного материала, а также с более глубоким изучением данной темы.

Литература и источники

1. Смолененкова В. В. Риторическая критика как филологический анализ публичной аргументации [Электронный ресурс]: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. – М., 2005 (Из фондов Российской Государственной Библиотеки).
2. Смолененкова В. В. Риторическая критика как теория анализа и оценки речи // Русский язык: исторические судьбы и современность: III Международный конгресс исследователей русского языка (Москва, МГУ им. М. В. Ломоносова, филологический факультет, 20-23 марта 2007 г.): Труды и материалы / Составители М. Л. Ремнёва, А. А. Поли-карпов. – М.: МАКС Пресс, 2007. – 816 с.
3. IQIYI – китайская платформа онлайн-видео. – URL: <https://www.iqiyi.com>.
4. BILIBILI – китайская платформа онлайн-видео. – URL: <https://www.bilibili.com>.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Оленёв С. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 101.1:316

КОММУНИКАТИВНЫЙ ПОРТРЕТ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ШКОЛЬНИКА (НА МАТЕРИАЛЕ АНКЕТИРОВАНИЯ)

Денисов С. А.

МБОУ «СОШ № 14», г. Кемерово
stepandeni65@gmail.com

Настоящая работа посвящена изучению коммуникативного портрета современного российского школьника. Рассматриваемый вопрос входит в круг научных интересов современных социально-психологических и педагогических исследований, направленных на выявление черт характера, мотивов деятельности и ценностных ориентаций современной молодежи. Школьники как особая социально-возрастная группа представляют научный интерес и для лингвистов, так как именно подростки быстрее всего подмечают различные изменения в языковой системе и реагируют на них, включая в собственную речевую практику. Цель нашей работы – провести сопоставительный анализ коммуникативных портретов младшего и старшего школьника. Данная цель достижима при комплексном описании молодежного коммуникативного пространства через следующие параметры: 1) возрастной; 2) гендерный; 3) социально-статусный; 4) территориальный; 5) интеллектуальный; 6) национальный. В нашей работе мы остановились на возрастном аспекте, который базируется на оппозиции «младшеклассники – старшеклассники». Схема описания избранных групп включала в себя следующие уровни: мотивационный (зачем?), уровень формата общения (где?), семантический уровень (о чем?) и речевой уровень (как?). С опорой на выделенные уровни была разработана типовая анкета, ответы на вопросы которой позволяют раскрыть характер общения школьников в социальных сетях. Выбранный способ исследования позволяет проследить изменения коммуникативного портрета школьника в динамике: от младшего школьного возраста до подросткового.

Ключевые слова: коммуникативный портрет, языковая личность, младшеклассник, старшеклассник, интернет-коммуникация, социальная сеть.

THE COMMUNICATIVE PORTRAIT OF THE MODERN RUSSIAN SCHOOL STUDENT (BASED ON THE SURVEY MATERIAL)

Denisov S. A.

School № 14, Kemerovo

This work is devoted to the study of the communicative portrait of a modern Russian schoolboy. This issue is part of the scientific interests of modern socio-psychological and

488

pedagogical research aimed at identifying character traits, motivations and value orientations of modern young people. Scientists are interested in this social group, because teenagers are very fast in noticing different changes in language system and they react on these differences by including their own speech practice. The purpose of our work is to conduct a comparative analysis of the communicative portraits of younger and older students. This goal is achievable in a comprehensive description of the youth communication space through the following parameters: 1) age; 2) gender; 3) social status; 4) territory; 5) intellect; 6) nationality. In our work, we focused on the age aspect, which is based on the opposition « primary school student – high school student». The scheme for describing the selected groups included the following levels: motivational (why?), communication format level (where?), semantic level (about what?) and the speech level (how?). Based on the selected levels, a standard questionnaire was developed, the answers to which allow us to reveal the nature of communication between students in social networks. The chosen method of research allows to track changes in the student's communicative portrait in dynamics: from young school age to adolescence.

Key words: communicative portrait, language personality, primary school student, high school student, Internet communication, social network.

Исследование посвящено изучению особенностей коммуникативного портрета современного российского школьника. Изучение языковой личности школьника является одной из актуальных задач современной лингвистики [1; 2], важное прикладное значение данный вопрос имеет и для сфер образования [3], социологии, психологии [4; 5]. И это не случайно. Именно во время обучения в школе происходит становление и развитие личности человека: формируется его мировоззрение, интеллект, характер, закладывается система жизненных ценностей. На формирование речевой культуры ребенка «значительное влияние оказывает семья, ведь языковая личность начинает формироваться в раннем детстве» [1, с.78]. Однако коммуникативная деятельность подростков, как и их языковое развитие во многом определяются «не только школьным и семейным образованием, но и их активной вовлеченностью в виртуальное коммуникативное пространство – сеть Интернет, прежде всего разнообразные социальные сети и сообщества, предоставляющие возможность общаться как со знакомыми людьми, так и с незнакомыми» [2, с. 57].

Новизна выбранной темы состоит в том, что в научный обиход вводится относительно новый для лингвистики термин «коммуникативный портрет». Традиционно «прием исследования языковой личности, основанный на выделении характерных черт устной и письменной речи конкретного носителя языка или типа языковой личности», определяется в лингвистике как «речевой портрет» [6, с. 381]. В нашем исследовании мы используем понятие «коммуникативный портрет», поскольку в сферу наших интересов входит не только речевой уровень изучения личности (разнообразие лексики и фразеологии), но и особенности ее коммуникативного поведения.

Цель работы – провести сопоставительный анализ коммуникативных портретов младшего и старшего школьника. Для достижения данной цели мы обратились к такому методу эмпирического исследования, как анкетирование.

Из чего же складывается коммуникативный портрет современного школьника? Для ответа на данный вопрос необходимо обратиться к понятию «языковая личность», которое имеет уровневую структуру: 1) уровень формата общения (где общается?); 2) мотивационный уровень (зачем общается?); 3) семантический уровень (о чем общается?); 4) речевой уровень (как общается?) (см., например, работы Ю. Н. Караулова [7]).

С опорой на выделенные уровни была разработана типовая анкета из 19 вопросов, ответы на которые позволяют раскрыть характер общения школьников в социальных сетях. В нашей работе мы остановимся только на некоторых из них. В качестве информантов выступили 20 младших школьников (учащиеся 4-х классов МБОУ «СОШ № 14») и 20 старших школьников (учащиеся 10-х классов МБОУ «СОШ № 14» и МБОУ «Гимназия № 41»).

Обратимся к заданиям, предложенным в анкетах. Вопрос, направленный на описание **уровня формата общения**, был сформулирован в анкете следующим образом: «Являетесь ли Вы пользователем социальных сетей? Если да, то в каких сетях Вы зарегистрированы? Объясните Ваш выбор». Результаты анкетирования представлены в таблице.

Таблица № 1.

Варианты ответов	Младший школьник	Старший школьник
1. ВКонтакте	15	20
2. Одноклассники	2	1
3. Twitter	2	-
4. Instagram	13	18
5. Facebook	4	2
6. Свой вариант	WhatsApp (11), Viber (10), YouTube (4), Telegram (1), Likee (1), Google (1), PicsArt (1).	Telegram (3)

Как мы видим, школьники и младшего, и старшего звена являются активными пользователями социальных сетей. Только один информант, ученик 5-го класса, ответил на данный вопрос отрицательно. Отметим, что «ВКонтакте» и «Instagram» – самые популярные социальные сети в обеих возрастных группах: каждый из ребят зарегистрирован или в «ВКонтакте» (15 младших и 20 старших школьников), или / и в «Instagram» (13 младших и 18 старших школьников). Именно «ВКонтакте», по мнению ребят, является «наиболее легким и удобным способом общения с друзьями». Непопулярность сети «Одноклассники» в молодежной аудитории старшие школьники объясняют в основном тем, что ее основной контингент – люди старшего поколения, ср.: *«Эта сеть схожа с ВКонтакте, но ВКонтакте является более молодежной социальной сетью, а в Одноклассники я лично зарегистрирована только для общения с родственниками»*. Их позицию разделяют младшие школьники: *«Для бабушек»; «Самая плохая сеть»; «Мало новостей»*.

Результаты анкетирования показывают, что младшие и старшие школьники единодушны в выборе социальных сетей. Разница состоит лишь в вариативности и разнообразии вариантов ответов младших школьников, которые в качестве примеров социальных сетей называют мессенджеры (WhatsApp, Viber, Telegram), видеохостинги (YouTube), социальные сети для обмена видео (Likee), поисковые системы (Google) и фоторедакторы (PicsArt).

Чтобы выявить мотивы и цели, которые подталкивают языковую личность к интернет-коммуникации (**мотивационный уровень**), в анкете был задан следующий вопрос: «Какова для Вас цель использования социальных сетей?».

Мнения младших и старших школьников по этому вопросу разделились. Большинство учеников 10-го класса используют социальные сети по их прямому назначению – для коммуникации (18): *«для общения с людьми, друзьями, родственниками на расстоянии»*. В качестве подтверждения приведем ответ информанта: *«Общение – самая главная причина использования социальных сетей»*. На втором месте указана информативная цель (15): *«для того, чтобы быть в курсе новостей по миру и предстоящих событий»*, *«для новой информации»*, *«сбора информации»*, *«познания новой информации»*, *«получения значимой и актуальной информации»* и др. На третьем месте (2) – развлекательная цель: *«музыка, юмор»*.

Информативную цель общения в социальных сетях указывает половина младших школьников (10): *«В социальной сети можно посмотреть, как у твоей подруги или одноклассника дела»*; *«Общаться с людьми, смотреть их интересы»*; *«Поддерживать общение со знакомыми людьми»*; *«Общаться с друзьями»* и др. На второе место выходит развлекательная цель (6): *«Просто посмотреть всякие разные посты»*; *«Чтоб развлекаться»*, *«Мемы»*; *«Узнать больше о других людях, смотреть достижения людей и показать себя»*; *«Посмеяться, посмотреть видео»* и др. На третьем месте – информативная цель (3): *«Интересные новости»*; *«Скачать какие-нибудь файлы, которых нету в интернете»*; *«Для домашки, расписания уроков»*. Два информанта отказались отвечать на данный вопрос, один

ученик указал, что не имеет определенной цели, и еще один затруднился с ответом («Я не знаю»).

Для выявления **семантического уровня** в описании коммуникативного портрета школьника в анкете был указан следующий вопрос: «Общаетесь ли Вы со сверстниками в социальных сетях? Если да, то на какие темы предпочитаете вести разговор? (приведите примеры)».

В качестве наиболее важной для общения со сверстниками темы представители обеих возрастных групп называют вопросы школьного характера: обсуждение уроков, домашнего задания (младшеклассники – 14, старшеклассники – 10). Но в остальной сфере интересов ребят разделились. Вторым по значимости для младших классов является общение с одноклассниками (13), а у старших – обсуждение фильмов (8). На третьем месте у младших классов – обсуждение компьютерных игр (8), а у старших – общение с одноклассниками (8). На последнем месте у четвероклассников – тема обсуждения фильмов (4), а у десятиклассников – обсуждение компьютерных игр (4). Младшеклассники отмечают, что в свободное время любят общаться на темы тренировок, праздников, мемов, прогулок и комментировать фотографии. Старшеклассники предпочитают вести со сверстниками беседы о философии, эстетике, творчестве, волонтерстве, стиле жизни.

Чтобы описать **речевой уровень** языковой личности, мы включили в анкету школьников следующий вопрос: «Какие слова Вы используете в сообщениях, когда общаетесь с друзьями? (приведите примеры)».

Ответы младших и старших школьников на этот вопрос также не совпадают. Младшие школьники ответили более конкретно и разнообразно. Большинство из них привели в качестве примеров этикетные формулы приветствия и прощания, необходимые для любой коммуникации: *привет (12); дарю (2); здарова; дарово; хай, дратути, пока (2); спокойной ночи*. На сферу этикетного общения указывают и предлагаемые информантами вопросные реплики, призванные поддержать диалог (*КД? - как дела? (7); ЧД? – что делаешь? (4); как здоровье?; все норм?; уточняющие конструкции (выйдешь / пойдешь / будешь гулять? (6); какая домашка? (3); ко сколько нам?; что задали?; у тебя есть этот файл?; что за игра?; будешь играть?*). Также в анкетах представлены примеры разговорной лексики (*ок (4); точняк; ща; ясно – понятно*), собственно школьный сленг (*домашка*), уменьшительно-ласкательная лексика (только в анкетах школьниц: *милашка, котик* и др.).

Большинство старших школьников предпочли дать более абстрактные ответы, не уточняя используемые в собственной речевой практике лексемы: «*В зависимости от темы*»; «*Обычные слова без ненормативной лексики*»; «*Обычные слова из русского языка, иногда сленговые фразы*»; «*Обычные слова, как и в повседневной жизни*», «*Старославянские*» и др. Два человека воздержались от ответа. Только три информанта привели примеры-иллюстрации употребления слов из реальной интернет-коммуникации: «*Привет, пока, чем занимаешься, какие планы, хорошо, люблю*»; «*Слова из русского языка (в том числе «новомодные» слова по типу «чилить, рофлить, коннект*»); «*Двачеры (пользователи Двача), ивенты (события), юзлесс (бесполезно), сычи (любители сидеть дома) и другие*».

Таким образом, предлагаемая в работе методика исследования позволяет описать комплексный портрет типичного представителя группы, а также проследить изменения коммуникативного портрета школьника в динамике: от младшего школьного возраста до подросткового. Перспектива нашего исследования связана с проведением второго этапа анкетирования, в качестве информантов которого выступят студенты и преподаватели кемеровских вузов. Это позволит выявить и описать еще несколько оппозиций в возрастном аспекте – «школьники – студенты», «младшее поколение – старшее поколение».

Литература и источники

1. Мигачева Т. Р. Сравнительный анализ коммуникативных портретов личности школьников и студентов на лексическом и синтаксическом уровнях / Т. Р. Мигачева, А. А. 491

Головина // Информация как двигатель научного прогресса: сборник статей международной научно-практической конференции: в 3-х частях. – 2017. – С. 77-82.

2. Оленев С. В. Языковая личность современного школьника / С. В. Оленев // Основы обучения русскому языку коренных малочисленных народов России: учебное пособие / под ред. проф. Л. А. Араевой. – Кемерово, 2018. – С. 46-53.

3. Линев К. В. Коммуникативный портрет пятиклассника: мифы и реальность / К. В. Линев // Филологические чтения ЯрГУ им. П. Г. Демидова: материалы конференции. – 2017. – С. 440-443.

4. Иванов А. В. Социально-психологический портрет современной молодежи: оценка системы ценностей / А. В. Иванов, И. В. Фотиева // Мир науки, культуры, образования. – 2014. – № 4 (47). – С. 394-396.

5. Музафина В. М. Социальный портрет молодого субъекта коммуникативной деятельности / В. М. Музафина // Вестник ВЭГУ. – 2016. – № 4 (84). – С. 156-161.

6. Основы обучения русскому языку коренных малочисленных народов России: учебное пособие / под ред. проф. Л. А. Араевой. – Кемерово, 2018. – 367 с.

7. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. – М., 1987. – 264 с.

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Голев Н. Д., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81'373.612.2

МОЛОДЁЖНЫЙ ЭКСТРЕМИЗМ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

Денисова К.С.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

kssd2010@mail.ru

Данная статья посвящена описанию проявления молодежного экстремизма в интернет-сообществах. Актуальность работы обусловлена колоссально возросшим в последние годы влиянием сети Интернет на формирование и развитие личности молодого человека. За счёт того, что молодые люди большую часть времени проводят в социальных сетях, именно данная разновидность интернет-коммуникации оказывает сильное влияние на становление взглядов и ценностных ориентиров, затрагивающих все сферы жизни молодых людей. В работе раскрываются понятия «молодёжный экстремизм», «экстремистская деятельность», «призыв», «ненависть» и «вражда». Предметом исследования выступают структурно-содержательные типы и формы проявления молодежного экстремизма в интернет-сообществах. Гипотезой работы является предположение о том, что молодежный экстремизм в социальных сетях обладает как лингвистическими особенностями, так и специфическим содержательно-структурным механизмом образования. В статье представлен комплексный анализ интернет-постов, статей и комментариев на предмет выявления экстремистской тематики. Проведенный анализ позволил систематизировать структурно-содержательные типы деятельности групп и сообществ, которые могут быть признаны экстремистскими. Классификация структурно-содержательных типов способствовала определению механизмов формирования радикальных взглядов у пользователей социальных сетей, а также механизмов распространения постов, отражающих данные взгляды, в интернет-пространстве. Выделенные структурно-содержательные типы и композиционно-содержательные схемы построения статей экстремистской тематики способствуют формированию инструментов противодействия и контроля такого явления, как молодежный экстремизм.

Ключевые слова: молодежный экстремизм, социальная сеть, интернет-сообщества, призыв, вражда

YOUTH EXTREMISM IN INTERNET COMMUNICATION

Denisova K.S.

Kemerovo State University

This article is devoted to describing the manifestations of youth extremism in online communities. The relevance of the work is due to the enormously increased in recent years, the influence of the Internet on the formation and development of the personality of a young man. Due to the fact that young people spend most of their time on social networks, this particular type of Internet communication has a strong influence on the formation of attitudes and value guidelines that affect all areas of young people's life. The concepts of “youth extremism”, “extremist activity”, “appeal”, “hatred” and “enmity” are revealed in the work. The subject of the research is the structurally meaningful types and forms of manifestation of youth extremism in online communities. The hypothesis of the work is the assumption that youth extremism in social networks has both linguistic features and a specific substantive-structural mechanism of education. The article presents a comprehensive analysis of Internet posts, articles and comments to identify extremist topics. The analysis made it possible to systematize structurally meaningful types of activities of groups and communities that can be recognized as extremist. The classification of structurally meaningful types contributed to the determination of the mechanisms of formation of radical views among users of social networks, as well as the mechanisms for the distribution of posts that reflect these views in the Internet. The distinguished structural-substantive types and compositional-substantive schemes for constructing articles on extremist topics contribute to the formation of tools to counter and control such a phenomenon as youth extremism.

Keywords: youth extremism, social network, online communities, appeal, enmity.

На законодательном уровне определение экстремистской деятельности и её видов содержится в Федеральном законе №114 «О противодействии экстремистской деятельности». В указанном тексте закона выделяется вербальное и физическое проявления экстремизма, при этом подчёркивается, что в подавляющем числе случаев указанные преступления совершаются именно вербальным способом – путем распространения письменных и устных текстов, а также путем публичных выступлений. За такие вербальные действия, как: обнародование взглядов и высказывание мнений, формулирование в своей речи призывов, пропаганда идей, квалифицируемых как экстремистские – предусмотрена уголовная ответственность [2, с. 53].

Важно отметить то, что в тексте Федерального закона “О противодействии экстремистской деятельности” сначала перечисляются виды деятельности, признаваемые экстремистскими, а затем к ним причисляется и *призыв* к совершению обозначенных действий под которым понимается наиболее радикальная и открытая форма словесного воздействия на поведение человека, выражаемая явным прямым или косвенным способом [2, с. 55]. Согласно тексту закона, как прямой так и косвенный либо скрытый призыв может быть признан экстремистским.

Для верной классификации преступлений по статье 282 УК «Возбуждение ненависти либо вражды, а равно унижение человеческого достоинства» либо по статье 280 УК «Публичные призывы к осуществлению экстремистской деятельности», необходимо разграничивать также понятия *ненависть* и *вражда*. Ненависть подразумевает психологическое состояние, а вражда – деятельность, либо готовность к деятельности. Это говорит о том, что наличие призывного элемента в речевом высказывании существенно отягчает преступление.

Экстремизм как массовое явление начал распространяться в России в основном в среде молодежи, преимущественно из малообеспеченных семей. Экстремистское поведение не возникает одновременно, его формирование осуществляется поэтапно. Молодые люди,

объединенные общей экстремистской идеей, в основе которой лежит чувство социальной обделенности, вступают в открытый бой с “врагом”, которого надо победить [1, с.21].

В настоящее время формой таких группировок может быть признано участие в интернет-сообществах, так как интернет-коммуникация стала площадкой как для распространения экстремистских материалов, так и для координации действий группировок и их руководителей при проведении экстремистских мероприятий.

Материалом настоящего исследования являются популярные на данный момент среди молодого поколения группы и интернет-сообщества: социальная сеть Vk.com и мессенджер Telegram. Целевая аудитория рассматриваемых интернет-сообществ – это преимущественно молодые люди в возрасте от 14 до 25 лет.

Выбранный путём наблюдения материал исследования может быть классифицирован на следующие структурно-содержательные типы:

1. Закрытые группы, направленные на пропаганду экстремизма.

Первая важная особенность, присущая таким группам – это то, что информация, расположенная в них, находится не в открытом доступе. Как правило, стать участником такой группы можно только после проверки администратором. Как показал анализ, такие группы ведут активную, агрессивную деятельность по захвату интернет-пространства: ищут и привлекают новых участников и администраторов, которые должны будут в свою очередь приглашать других людей вступить в группу.

Содержательное наполнение интернет-постов данных групп сводится к:

1. Агитации новых пользователей в сообщество.
2. Написании статей экстремистского характера.
3. Участии в активном обсуждении и комментировании материала экстремистского содержания, публикуемого в сообществе.

Также участникам свойственно переносить активность из подобных групп на свои личные страницы, чтобы как можно больше пользователей, в первую очередь из числа друзей и близких знакомых, могли увидеть данную информацию и поучаствовать в дискуссии.

2. Посты, направленные на пропаганду националистских идей.

Данный тип иллюстрирует механизм распространения постов, пропагандирующих конкретную идею в интернет-пространстве. Сообщество выкладывает пост, пользователь репостит его себе на стену, сопровождая личным оценочным высказыванием, другие пользователи вступают в дискуссию как на стене, так и в сообществе источнике, например:

«Про пост ниже. Ждём, когда Российская Армия будет признана “экстремистским сообществом” и её запретят на территории РФ».

Приведённая информация формирует негативную оценку текущей политики государства по отношению к этническим меньшинствам. Высказывание направлено на пропаганду идеи, согласно которой, некоренное население, мигранты – это захватчики. Помимо этого внедряется мнение о том, что государство данную угрозу не предотвращает, а поддерживает за счёт того, что ограничивает возможности российской армии и правоохранительных органов - единственной силы, которая, по мнению автора, может читателя от данной угрозы защитить. Интенциональной направленностью приведённых рассуждений, выраженных в категоричной форме, является формирование у адресата радикальных националистических взглядов.

3. Визуальные средства, направленные на иллюстрацию националистских идей.

Авторами постов, содержащих националистские идеи, широко используются различные изображения, призванные подчеркнуть превосходство конкретной нации над другими. Так, например, один из пользователей социальной сети vk.com составил карту, с изменёнными границами Российской Федерации, в территорию которой он включил, как он сам далее прокомментировал, «*этнические русские территории*».

4. Посты-статьи, направленные на раскрытие расового, религиозного, этнического превосходства.

В рамках данного исследования было выявлено, что сильным призывным элементом обладают публикации в формате поста-статьи. Сам призыв, в большинстве случаев, преподносится автором в заключительной части и служит своего рода выводом. Как правило, рассматриваемые посты строятся по общей схеме, которая будет рассмотрена в данной работе на примере статьи, взятой из группы *«Национал-Монархическая Россия»*.

Проанализировав структуру нескольких публикаций данного сообщества, нами была выделена композиционно-содержательная схема, по которой строятся подобные материалы:

- *Посыл* – посты начинаются с исторической характеристики либо справки, описывающей рассматриваемое явление.
- *Тезис-аргумент* – утверждение определенных тезисов, связанных с текущим государственным устройством, а также опровержение эффективности действующей политики государства в рассматриваемом направлении.
- *Вывод* – итог, содержащий призыв к изменению действующего уклада и программу определенных действий для интернет-адресата.

5. Посты-опросы, направленные на выявление острых социальных вопросов.

Участники рассматриваемых интернет-сообществ активно взаимодействуют между собой посредством проведения опросов, в которых затрагиваются и выявляются острые социальные вопросы и показывается отношение опрошенной аудитории к таковым. Данный вид взаимодействия с аудиторией необходим авторам статей для выявления наиболее актуальных тем, а также он позволяет показать вовлеченным в такой опрос участникам то, что их мнение разделяют идейные единомышленники.

6. Посты-слоганы, направленные на пропаганду проправительственных идей.

В ходе проведения данного исследования были отмечены случаи использования участниками интернет-сообществ слоганов, направленных на пропаганду проправительственных идей, например комментарий оставленный под постом на странице одного из участников группы *«Национал-Монархическая Россия»*: *«Единство, без паразитов и предателей!»*

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что молодежный экстремизм является широко распространенным явлением в интернет-коммуникации, что, безусловно, требует определенных мер контроля и противодействия. На данный момент социальные сети в целом являются зоной повышенного интереса для вербовщиков и лидеров экстремистских организаций, а молодые люди в силу особенностей мышления, характера и психики, свойственных возрасту, оказываются наиболее уязвимым звеном для различных стратегий и тактик воздействия.

Литература и источники

1. Кудрин В. С., Юдина А.И. Молодежный экстремизм: причины возникновения, технологии предупреждения: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению подготовки 51.03.03 «Социально-культурная деятельность» / Кудрин В.С., Юдина А.И. — Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2016 – 160 с.
2. М.А. Осадчий. Правовой Самоконтроль Оратора. М., 2007.
3. М.А. Осадчий. Русский язык на грани права. М., 2012.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Кишина Е.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

ВИЗУАЛЬНЫЕ И ВЕРБАЛЬНЫЕ МЕТАФОРЫ В РУССКОЯЗЫЧНОЙ И АНГЛОЯЗЫЧНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ

Ладан И.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

sailoririna@mail.ru

В данной исследовательской работе рассматривается важная роль вербальных и визуальных метафор в социальной рекламе. В настоящее время в дискурсе социальной рекламы стали чаще использовать такой оборот речи, как в тексте, так и в иллюстрациях. Данный факт обуславливает необходимость изучения особенностей метафоры и важность ее визуализации.

Ключевые слова: социальная реклама, визуальные метафоры, вербальные метафоры, креолизация текста, визуализация текста рекламы, коммуникативный ресурс.

VISUAL AND VERBAL METAPHORS IN RUSSIAN AND ENGLISH SOCIAL ADVERTISING

Ladan I.A.

Kemerovo State University

This research paper examines the important role of verbal and visual metaphors in social advertising. Nowadays, in the discourse of social advertising has included such a turn of speech both in the text and in the pictures. This fact has the need to study the features of the metaphor and the importance of its visualization.

Key words: social advertising, visual metaphors, verbal metaphors, text creolization, visualization of advertising text, communication resource.

В связи с изменением потребностей общества, масс-медиа вынуждены прибегать к более инновационным способам продвижения своего товара – это относится и к социальной рекламе. Одним из часто используемых приемов является метафора: визуальная и вербальная. Современные русскоязычные и англоязычные рекламные тексты, построенные на метафоре, имеют большое воздействие на реципиента. Словарь литературоведческих терминов определяет метафору как вид тропа: скрытое сравнение, построенное на сходстве или контрасте явлений [1]. Но так же в словаре аналитической психологии метафорой считается определение и изучение одного путем обращения к образу другого; используется как сознательный литературный или терапевтический прием [2]. При использовании метафор создатели социальной рекламы отталкиваются от ассоциаций человека о той проблеме, которую хотят описать в рекламе. Применение данного оборота речи несет еще большее и сильное влияние на человека. Поэтому важно знать особенности и функции вербальных и визуальных метафор на профессиональном уровне, чтобы у реципиента не возникало проблем с интерпретацией затронутой проблемы в рекламе.

Целью данного исследования является выяснение особенностей визуальных и вербальных метафор в англоязычной и русскоязычной социальной рекламе.

На сегодняшний день мало кто обращает внимание на роль метафор в социуме. Но одновременно с этим мы регулярно используем метафоры в разговоре, только не замечаем их, потому что они плотно вплетены в повседневную речь. По мнению Джорджа Лакоффа метафора пронизывает всю нашу повседневную жизнь и проявляется не только в языке, но и в мышлении и действии [3, 1 с.]. Поэтому создатели социальной рекламы выбирают данный оборот речи в ходе коммуникации через сообщения рекламы. К примеру, социальная реклама в поддержку донорства, слоган которой содержит вербальную метафору: «Everyone has something good. Become a donor». Под словосочетанием «something good» скрыто сравнение с органами человека. Данная реклама нацелена при помощи метафоры, расположить аудиторию к донорству, тем самым помочь нуждающимся. Или

вербальная метафора в русскоязычной социальной рекламе: «Зебра главнее всех ослов. Сбрось скорость на переходе». Метафора тесно связана с повседневной жизнью, правилами дорожного движения. В этом случае зебра ассоциируется с пешеходным переходом, а осел с нарушителями порядка.

Визуальные и вербальные метафоры играют важную роль в мыслительном процессе, оказывая непосредственное влияние на решения адресата. Из рассуждений Г.Д. Лассуэлла социальная реклама вписана в систему массовой коммуникации, она является коммуникативным ресурсом и инструментом управления [4, 278 с.]. Поэтому англоязычные и русскоязычные средства массовой информации обильны социальной рекламой, через лозунги которых ведется коммуникация, обратной связью будут являться поступки реципиента.

Несомненно, текст или слоган социальной рекламы, в котором будет задействована метафора, запомнится получателю, и оставит повод для размышления, но гораздо эффективнее использовать визуальную метафору. Часто именно с помощью образа удается передать важный смысл, ускользающий в вербальной составляющей рекламы. Визуализация проблемы через метафору усиливает воздействующий потенциал текста и привлекает больше внимания. К примеру, во всем мире существует проблема безработицы и бездомных людей, компания Publicis Conseil визуализировала ситуацию «жить на улице» через метафору, где человек тонет там, становится асфальтом на том месте, где он живет. Визуальная метафора представляет образ человека, который чем дольше живет на улице, тем быстрее он становится улицей и погибает там.

Как отмечает Ю. Г. Алексеев, у реципиента формируется единый концепт креолизованного текста, в создании которого участвуют как концепт вербального текста, так и концепт изображения (информация, извлеченная из невербальной части текста), а также знания и представления, составляющие индивидуальное когнитивное пространство адресата [5, с. 23]. Способ креолизации, применяемый в социальной рекламе, нужен для того, чтобы передаваемая информация была легко воспринята и усвоена адресатом. Креолизованный текст встречается на афишах, плакатах, в газетах. Этот текст комбинирует визуальную и вербальную семиотические системы. Сообщение социальной рекламы должно привлекать внимание, к примеру, текстом, заголовком или лозунгом - это вербальная часть социальной рекламы, другая часть – невербальная – рисунок, фотография, благодаря которым адресат визуально воспринимает продукт социальной рекламы, у него возникает образ, затем ассоциации с ним. Так адресат может примерить на себя образ, ассоциируя себя с предметом социальной рекламы. К примеру, всероссийская конференция центров защиты материнства представила социальную рекламу с текстом: «Впусти меня в свое сердце. Сохрани мне жизнь!». Если бы не изображение, трудно было бы понять о чем идет речь – на нем лицо младенца, смотрящего в даль. В данной социальной рекламе этот взгляд отображает вербальную метафору «сохрани мне жизнь», а без изображения ребенка сложно было бы понять, что затронута проблема высокого числа аборт в России.

В ходе исследования выяснилось, что англоязычные и русскоязычные тексты социальной рекламы, включающие в себя креолизованный текст, визуальную и вербальную метафоры, имеют одинаково сильное воздействие на общественное сознание. Но они имеют различие в том, что в текстах российской социальной рекламы чаще употребляют вербальные метафоры, а в англоязычных – визуальные. И в то время как в первых визуальные и вербальные метафоры дополняют друг друга, в текстах англоязычной социальной рекламы они тесно связаны, что делает рекламу более выразительной, и с отсутствием одной из них, информация будет воспринята двояко. Тем не менее, главной схожестью является факт того, что метафоры в социальной рекламе вызывают ассоциацию с угрозой жизни, своей или чужой. Таким образом, на реципиента оказывается сильное воздействие.

Литература и источники:

- 1, 2. Copyright © 2010-2020 Словари, энциклопедии и справочники - Slovar.cc
3. Лакофф Дж. и М. Джонсон «Метафоры, которыми мы живем», University of Chicago Press, 1980 г. – 242 с.
4. Лассуэлл Г. Д. «Power and Personality» М.: Routledge, 2017 г. – 278 с.
5. Алексеев Ю. Г. Вербальные и иконические компоненты креолизованного текста в интракультурной и интеркультурной коммуникации (экспериментальное исследование): автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.19/ Ю. Г. Алексеев. – Ульяновск, 2002. –23 с.

Научный руководитель - д-р филол. наук, проф. Каменева В. А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 811.111

ПРИНЦИПЫ РЕАЛИЗАЦИИ НАТИВНОЙ РЕКЛАМЫ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ СЕГМЕНТЕ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ “INSTAGRAM”

Лаздан А.Л.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

anna.lazdan@yandex.ru

Работа посвящена проблеме нативной рекламы в англоязычном сегменте социальной сети “Instagram”. В данных тезисах изложены основные принципы её реализации, которые подкреплены рекламными текстами из англоязычного сегмента социальной сети “Instagram”. Рассмотрено явление рекламного дискурса и выявлено, что данный вид дискурса является статусно-ориентированным видом дискурса с элементами личностно-ориентированного. Выделено 3 основных принципа реализации нативной рекламы, а именно: принцип соответствия тону и стилю площадки, на которой реализуется рекламная кампания; принцип ненавязчивости и принцип создания позитивного образа естественным путём. Важно отметить, что данный вид дискурса очень популярен сейчас и, как следствие, подвержен быстрым изменениям.

Ключевые слова: нативная реклама, рекламный дискурс, Инстаграм, рекламный текст, блогер, рекламный пост.

PRINCIPLES OF IMPLEMENTATION OF NATIVE ADVERTISING IN THE ENGLISH SEGMENT OF THE SOCIAL NETWORK “INSTAGRAM”

Lazdan A.

Kemerovo State University

The paper is devoted to the problem of native advertising in the English segment of the social network “Instagram”. The article outlines the basic principles for its implementation, which are supported by advertising texts from the English-language segment of the social network “Instagram”. We analysed the phenomenon of advertising discourse and found out that this type of discourse is status-oriented with personality-oriented components. We identified 3 basic principles, namely: the principle of matching the tone and style of the site on which the advertising campaign is being implemented; the principle of non-intrusiveness, and the principle of creating a positive image in a natural way. It is important to note that this type of discourse is very popular now and, as a result, is subject to rapid changes.

Key words: native advertising, advertising discourse, Instagram, advertising text, blogger, commercial post

Англоязычный рекламный дискурс – сложное комплексное явление, которое встречается в жизни англоговорящих людей повсеместно. Именно на базе данного дискурса реализуется большое количество рекламных текстов.

Термин «дискурс» используется для обозначения сложного коммуникативного явления, включающего экстралингвистические факторы, и обозначить его можно следующим образом: дискурс (от лат. *Discursus* – движение, беседа, разговор) – процесс языковой деятельности, включающий в себя анализ субъектов говорения, их цели вступления в дискурс [1].

Рекламный дискурс является статусно-ориентированным видом дискурса с элементами личностно-ориентированного. С одной стороны, он придерживается чёткого регламента, но с другой, старается стереть преграду официальности между коммуникаторами.

Англоязычный рекламный дискурс имеет присущие только ему черты, поскольку строится, исходя из интересов аудитории. Он конкретен и лаконичен, так как на смену лирическим отступлениям приходит конкретное перечисление характеристик рекламируемого объекта [2].

В настоящее время особое место в данной сфере занимает именно нативная реклама. Данный термин обозначает способ привлечения рекламодателем внимания к продукту или услуге, не говоря открыто, что это реклама. Целью такого вида рекламы является создание максимально естественного и ненавязчивого рекламного обращения. Такая стратегия не вызывает отторжения у читателей, ведь воспринимается неосознанно и интуитивно [3].

Социальная сеть “Instagram” – одна из самых крупных площадок, на которых реализуется нативная реклама. Причин у этого много: большое количество молодых платёжеспособных людей и их усталость от непрерывного потока явной рекламы, а высокий спрос на рекламу у крупных блогеров формирует предложение.

За последнее время сложились основные принципы нативной рекламы:

1. Соответствие тону и стилю площадки: тексты такой рекламы зачастую размещаются на базе уже существующих блогов, поэтому важно сохранить её тон и стиль. Так, на базе площадки, посвящённой повседневной жизни, очень редко можно встретить возвышенный стиль лексики и сложные грамматические конструкции [8]. В то время как в серьёзном блоге о фармацевтике реклама может сопровождаться терминологией: «*Treating patients in VR to treating patients in the ER. Medical education will be revolutionized in the coming years. Online PA schools are just the beginning*» [9].

2. Ненавязчивость: сама суть нативной рекламы заключается в ненавязчивости, поэтому это один из основных пунктов. Рекламодатель использует метод интересной истории, чтобы увлечь читателя, сделать так, чтобы у человека сформировалось чувство того, что он сам захотел прочесть текст. В большинстве случаев, название бренда или самого продукта в текстах подобного типа упоминается не более двух раз, в очень редких случаях не более трёх. Иногда они могут не употребляться вообще, а быть показаны лишь на картинке.

Нередко автор рассказывает очень личную историю, связанную с конкретным брендом. Так, в тексте австралийского блогера реклама часов подаётся через призму личной истории девушки, которая и мечтать не могла, что когда-нибудь купит себе часы “Garminau”: «*As a long time @apple lover, I felt like I was cheating on my childhood sweetheart when I first even thought about @garminau*» [10]. Несмотря на то, что весь текст посвящён часам, читается он легко, благодаря построению рассказа от первого лица и использованию простого языка. Девушка рассказывает о преимуществах часов, словно, общается с друзьями: «*I’ll tell you what I really like*».

3. Создание позитивного образа товара или услуги: позитивный образ создаётся естественным способом, создатель рекламы не говорит напрямую о плюсах, не преувеличивает их. Через историю он рассказывает о своём опыте использования рекламного товара или услуги. К примеру, в тексте блогера из Калифорнии основным плюсом рекламируемого кофе является то, что её муж полюбил его. Интерес читателей обусловлен отсутствием сухих фактов о продукте [11].

Именно эти три принципа лежат в основе нативной рекламы. Важно отметить, что только при умелом сочетании всех трёх принципов рекламная кампания будет иметь успех.

Однако данный вид текстов находится в постоянном развитии и, возможно, совсем скоро к вышеописанным принципам можно будет добавить новые.

Литература и источники

1. Карасик В.И. О категориях дискурса: учеб. пособие. ВГПУ, 2006 – С. 2-7.
2. Куликова Е. В. Языковая специфика рекламного дискурса // Нижний Новгород, 2009 – С. 2-10.
3. Кафтанджиев Х. Тексты печатной рекламы //М: Издательство «Смысл», 1995. – С. 1-13.
4. Кохтев Н.Н. Стилистика рекламы. – М.: Изд-во МГУ, 1991. – 92 с.
5. Кульчицкая А. М. Языковые средства выразительности рекламного текста на английском языке: Научно-исследовательская работа. // Москва: МАН, 2013 – С. 7-13.
6. Пчелинцева М.М. Взаимодополняемость вербальных и визуальных элементов информации в семиотическом пространстве рекламного дискурса // Саратов, 2003 – С.181.
7. Шатин Ю.В. Построение рекламного текста. – М.: Бератор-Пресс, 2003. – С. 120.
8. <https://www.instagram.com/p/B80KSV5FOTF/?igshid=ar0116m78qy7>.
9. https://www.instagram.com/p/B8mp_gCB09V/?igshid=185txvn4xhv66.
10. <https://www.instagram.com/p/B9iukaBBRoc/?igshid=fmdqp8y7a74o>.
11. <https://www.instagram.com/p/B9CsRw-BeeE/?igshid=rp3hjrejlzv5>.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Ермолаева Е. Н., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 811.581

СЛЕНГ СОВРЕМЕННОЙ ИНТЕРНЕТ-КУЛЬТУРЫ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Ксенофонтова В.С.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
Germansasha655@gmail.com

В данной статье рассматриваются наиболее современные сленговые интернет-выражения, их семантика, возникновение и контекст использования в русском и китайском языках.

Ключевые слова: Сленг, интернет, социальные сети, мемы, жаргонизмы, интернет-язык.

MODERN'S INTERNETS'S SLANG IN RUSSIAN LANGUAGE

Ksenofontova V.

Kemerovo State University

This article discusses the most modern slang Internet expressions, their semantics, the origin and context of use in Russian and Chinese.

Key words: Slang, internet, social media, memes, jargon, internet language.

В современном мире довольно тяжело представить нашу жизнь без интернета. Его влияние неоспоримо: он помогает учиться, работать, отдыхать, передавать сообщения различного содержания и т.д. И очень часто, когда человек, незнакомый с интернет-культурой, видит непонятные ему выражения или слова, ему становится интересно узнать их значение.

Сленг – это речь какой-либо объединенной общими интересами группы, содержащей отличающиеся от общего языка слова и выражения, непонятные для людей вне данной группы. И когда мы говорим о таковых в интернете, то сфера их объединения может быть довольно широка: игровая лексика; лексика, вышедшая из мемов; англицизмы; лексика, развившаяся благодаря влиянию аниме и японского языка в целом. Исследователи отмечают, что сленг как часть лексики не является стабильным и четко структурированным компонентом. Он подвержен постоянному изменению. И именно это отражает характерные особенности развития языка [1, с. 2].

Объектом исследования является интернет-сленг, который вышел за пределы интернета в нашу повседневную жизнь.

Предметом исследования является специфика способов создания новой лексики в интернет-сленге.

Цель – описать способы создания единиц интернет-сленга в русском и китайском языках.

Научная новизна данной работы может быть подтверждена тем, что представленный материал мало изучен в сопоставительном аспекте.

По мере исследования нами было собрано 48 сленгизмов (28 из русского и 20 из китайского языка).

По мнению Е. В. Лимаровой, в процессе создания номинаций в интернет-сленге используются три наиболее важных способа: заимствование; придание нового значения слову, которое уже существует в литературном языке; создание нового слова при помощи словообразовательных средств, которыми располагает данный язык [2, с. 1].

Внушительное количество заимствований из английского сетевого жаргона связано в первую очередь с тем обстоятельством, что интернет-технологии и интернет-сообщество на Западе появились гораздо раньше, чем в России, поэтому, в то время как в англоязычных странах интернет уже был доступен для значительного количества пользователей, в России и странах СНГ интернет еще не получил достаточного распространения.

По этой причине у первых русскоязычных интернет-пользователей практически отсутствовала возможность общаться с соотечественниками, и им приходилось вливаться в англоязычные интернет-сообщества и перенимать их лексикон. Китайский интернет же с самого начала был закрытым, но влияние английского на мир всё равно поддерживает адаптацию сленговой лексики.

С распространением интернета в России пользователи перенесли уже знакомые им английские жаргонизмы в русскоязычную среду, поскольку у многих понятий либо отсутствовали аналоги в русском языке, либо они были неудобны для применения.

К заимствованиям из иностранных языков можно отнести такие слова, как **олдфаг** или **олд** (от англ. Old – старый;) т.е. те, кто увлекаются классикой аниме, игр и т. д; **го** (от англ. Go) действие, призывающее к движению куда-либо; **краш** (от англ. Crush) – тот, кто нравится в романтическом смысле; **изи** (англ. Easy) сделать что-то, не напрягаясь; **найс** или **наес** (от англ. Nice) произносят в значении “круто”, “здорово”; **уберменш** (от немец. Übermensch) переводится как сверхчеловек и употребляется иронично по отношению к тому, кто сделал что-то глупое; **унтерменш** (от немец. Untermensch) переводится дословно как недочеловек, но может быть употреблено в значении “ох, бестолочь”;

Китайская сленговая лексика, заимствованная из английского языка, довольно функциональна с точки зрения употребления. Она занимает определенную долю в общем объеме интернет-лексики. Так, «Словарь Интернет-языка Синьхуа» содержит 2946 лексических единиц, из которых заимствованные слова составляют 24% (718 единиц)[3]. Обычно сленговые выражения фонетически похожи на оригинал, например: 拜拜 (bàibài) от англ. Bye bye (т.е. пока). Сам иероглиф 拜 переводится как «приветствовать, посещать»; 宝宝 (bǎobǎo) от англ. Baby (т.е. дорогая, малышка). Но иероглиф в данном слове 宝 переводится как «ребенок». 呵呵(hēhē) – звукоподражательное слово, фонетически оно

имитирует смех с английского «haha». Этими иероглифами обозначают саркастичный смешок. Обычно такое могут сказать в реальной жизни в ответ на едкое замечание или неприятный комментарий. В таком случае 呵呵 будет значить: «Это очень здорово, но мне неинтересно». Сам иероглиф 呵 переводится как «дышать».

Также часто встречается заимствование смысла иностранных слов без фонетической имитации, так как в китайском языке количество слогов ограничено, и поэтому сленговое выражение 戲精 (xìjīng) от англ. Drama queen (дословно «королева драмы» или тот, кто устраивает драму на пустом месте; 戲 «драма, театр», 精 «энергия, дух»;) звучит иначе, но смысл от этого не меняется.

Ситуация с заимствованиями из японского языка в русском интернет-сленге практически идентична английскому интернет-сленгу: подавляющее большинство японизмов вошло в русский интернет-сленг благодаря аниме и используется в основном только поклонниками данной мультипликации. Кроме того, в русском аниме-сленге мы можем наблюдать наличие одних и тех же слов, что и в английском, например: **тян** (от японского ちゃん) - уменьшительно-ласкательный именной суффикс в японском языке. Может быть употреблен по отношению к представителям женского гендера как самостоятельное слово. Приобрело свою популярность благодаря аниме, но в настоящее время употребляется теми, кто далек от данной субкультуры; **кун** (от японского くん) - опять же именной суффикс. Но на этот раз он употребляется по отношению к представителям мужского гендера;

Отличительной особенностью японизмов в русском интернет-сленге является то, что некоторые общеупотребимые в японском языке слова подверглись транспозиции при заимствовании. Так, междометие **ня** стало основой прилагательного **няшный** (милый) и существительных **няша/няшка** (милый человек) и **няшность** (очаровательность). Слово **кавай**, которое в японском языке является прилагательным, в русский сленг вошло как имя существительное, от которого было образовано прилагательное **кавайный** (милый).

Заимствования китайцами лексики из японского языка также существенны благодаря влиянию аниме. Например, слово 萌 (méng), образованное от японского «моэ» (萌え), что переводится как «милый», часто дублируется для усиления эффекта «萌萌» и используется в китайской соц-сети «Тик-ток», популярность которой в последнее время растет.

Семантическая деривация, т.е. присвоение нового значения слову, уже имевшемуся в языке, не столь функциональна в современном русском сленге. Например, **криндж** (от англ. To cringe – съёживаться), а в сленге оно переродилось в “испытывать стыд за того, кто глупо себя ведет”. Для китайского же языка - это один из самых функциональных способов образования новых слов. Например, 公举 (gōngjǔ) переводится как «принцесска» и используется чаще в интернете. В китайском уже есть слово принцесса 公主 (gōngzhǔ). От него оно и образовано. Слово 小鲜肉 (xiǎoxiānròu) тоже состоит из уже существующих слов. Это «小» маленький, «鲜» свежий и «肉» мясо. Так обычно говорят китайки про привлекательных мужчин.

Используется при создании сленгизмов в китайском языке и такой тип номинации, как создание нового слова при помощи словообразовательных средств (корнесложение), которыми располагает данный язык. Например, одни и те же иероглифы в китайском очень многозначны. Каждый аналог hà, há или hā имеет больше десяти вариантов значений из-за ограниченной фонетической вариативности. Именно поэтому часто цифрами можно написать чуть ли не предложения. Например, выражение **6666** будет обозначать «это удивительно». **2333** могут написать под смешным постом в качестве реакции. **918** как способ сказать: «Так держать!». А **920** как признание в любви.

В русском языке при создании сленгизмов используется суффиксальный способ словообразования, но суффикс зачастую прибавляется к основе заимствованного слова. Например, от английского Google при помощи суффикса – и(ть) образован глагол

гу'глить (искать информацию в поисковой системе Google); от англ. Use - **юзать** (использовать); ро'флить от существительного рофл (ROFL – аббревиатура, расшифровывающаяся как “Rolling on floor laughing” или “Катаясь по полу смеясь”. Аналог “пацолом” с сохранением данной пунктуации); чи'ллить от англ. глагола Chill (отдыхать, наслаждаться чем-то); хейт, хейтить и хейтер (от англ. Hate)- ненавидеть кого-то яростно в интернете; топовый или топ (от англ. Top), т.е. самый лучший.

Таким образом, мы выявили, что основные способы создания новой сленговой лексики в русском и китайском языках имеют сходства: многие из них заимствуются из английского и японского языков в результате их влияния на поп-культуру. В русском языке преобладают заимствования и лексемы, образованные путём прибавления к иноязычным основам русских суффиксов. Китайский же язык может использовать ограниченное количество слогов, создавая новую сленговую лексику при помощи уже существующих слов, дословный перевод которых может поражать воображение.

Литература и источники

1. Харькова Е. В., Амирханова К. М. Способы словообразования в молодежном сленге русского языка // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2016. №10. Ч.1. С. 161-163.
2. Лимарова Е. В. Интернет-сленг: словообразовательные процессы(на материале английского и русского языков) // Вестник Челябинского государственного университета. Филологические науки, 2018. №4 (414) Ч. Вып. 112. С. 111-119.
3. Wang Lei. Xinhua Chinese Internet language dictionary. // Beijing: The Commercial Press in Chinese, 2012. С. 233

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Булгакова О. А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 811.111.1'42

ВИЗУАЛЬНАЯ МЕТАФОРА В ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЕ

Ластовка Е. Ю.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

lastovka.elena.2000@gmail.com

Визуальная метафора в текстах политической рекламы рассматривается как идеологическое средство воздействия на глобального реципиента. В работе представлен сравнительный анализ визуальной метафоры в текстах интернет - рекламы с русскоязычным и англоязычным вербальными компонентами, результаты которого показали, что на глобальном уровне использование визуальной метафоры как визуального стилистического средства является наиболее эффективным.

Ключевые слова: политическая реклама; визуальная метафора, визуальное овеществление, визуальное олицетворение

VISUAL METAPHOR IN POLITICAL ADVERTISING

Lastovka E. Y.

Kemerovo State University

Visual metaphor in political advertising is regarded as an ideological means of influence on a global recipient. This article presents comparative analysis of visual metaphor in the Internet advertising with Russian and English verbal components, the results of which show that the usage of visual metaphor as a visual stylistic means on a global level is most effective.

Keywords: political advertising, visual metaphor, visual reification, visual personification.

Политический рекламный текст - это законченное речевое произведение политической коммуникации, имеющее идеологическое воздействие – целенаправленное воздействие на интеллектуальную и эмоциональную стороны восприятия реципиентом информации, подаваемой через лингвистические институты власти (например, дискурс СМИ и интернет – дискурс), о социальной действительности, социальных объектах и явлениях. В качестве определения мы принимаем за основу точки зрения Ю.Б. Феденевой, В.А.Каменевої [9; 4].

Политический рекламный текст нами рассматривается как один из видов креолизованных текстов, основанных на взаимодействии вербального и визуального компонентов. Термин «креолизованный текст» был введен в лингвистику Ю. А. Сорокиным и Е. Ф. Тарасовым [8].

Эффективным средством воздействия на глобального реципиента по сравнению с другими визуальными стилистическими средствами является визуальная метафора. Понятие «визуальная метафора» признается многими современными исследователями. Придерживаясь субституционального подхода к определению визуальной метафоры на примере текстов социальной интернет-рекламы, В.А.Каменова, О.Н.Горбачева считают, что «визуальная метафора, объективируемая в текстах социальной рекламы, может рассматриваться как субституция визуальной информации, напрямую представляющей социальную проблему визуальным образом, который передает оценку последствий социального бездействия или игнорирования актуализируемой социальной проблемы. В тексте социальной интернет-рекламы присутствует один визуальный образ — образ той сферы, в понятиях которой, по мнению общественных организаций или государства, реципиенты должны воспринимать, оценивать и, соответственно, корректировать свое поведение» [5, с.125]. При сравнительном подходе визуальная метафора рассматривается как некий визуальный комплекс в тексте или фрагменте дискурса, инкорпорирующий два зрительных эмоционально окрашенных образа, напрямую соотносимых реципиентом с объектами визуализации [2].

В данной статье представлен сравнительный анализ визуальной метафоры на примере политической интернет-рекламы с русскоязычным и англоязычным компонентами (далее - соответственно РПИР, АПИР). Материал исследования включает 550 текстов политической интернет-рекламы, все образцы которой являются статичными, без аудиального сопровождения и динамического видеоряда.

В. А. Каменова, И.В. Рабкина утверждают, что визуальная метафора обладает «способностью направлять восприятие реципиента и манипулировать им» [6, с.102], как и другие визуальные стилистические средства, а именно: визуальное сравнение, визуальная аллюзия, визуальная синекдоха, визуальная гипербола, визуальная литота, визуальный граффон, визуальная градация.

В.А.Каменова и другие ученые на материале социальной интернет-рекламы высказали гипотезу о том, что использование визуальных стилистических средств, в том числе визуальной метафоры, «позволяет более эффективно воздействовать на глобального реципиента и направлять процесс декодирования сообщения, избегая возможные потери смысла из-за незнания английского языка» [7, с.104]. Подобно англоязычному адресату, русскоязычная аудитория является неоднородной по своей культурной принадлежности и воспринимает интернет-сообщения определенно не на локальном уровне: русским языком в мире владеют примерно 300 млн. человек (пятое место в мире по распространённости), в том числе 170 млн. как родным (первым), из них в России - 144,5 млн. человек, плюс как вторым, иностранным, языком - 110 млн. пользователей. По данным исследования W3Techs, проведенного в 2013 году, русский язык вышел на второе место по [использованию в Интернете](#).

Источниками метафоризации в РПИР и в АПИР выступают различные образы: изображения в виде дружеского рукопожатия (со слоганом «Сплотимся в мире» как

повтором визуального компонента – рис.1), призывного жеста в виде руки со сжатым кулаком, поднятых обеих рук и другие.

По мнению О.Г.Ананченко, «метафора является одним из способов выражения оценки (положительной или отрицательной)» [1, с. 119]. *Позитивная оценочная метафора* в РПИР и АПИР имеет много общего: активно используется политическими партиями с целью пропаганды своих политических идей, формирования позитивного образа кандидатов в выборные органы, призыва к толерантности. Однако в РПИР намного больше внимания уделяется вопросам сохранения мира между народами, улучшения уровня жизни граждан.

На наш взгляд, в РПИР и АПИР цель *негативной оценочной метафоры* является общей в части борьбы с расизмом, локальными военными конфликтами, терроризмом, однако в РПИР она включает также борьбу с мировыми войнами, русофобией и др.

Пример АПИР с негативной оценочной метафорой представлен на рис.2. Гражданин пресыщен интересами США настолько, что он держит статую Свободы, национальный символ, как собака - кость в горле. В данном случае визуальная метафора понимается как визуальная репрезентация одного понятия посредством другого: невозможно гражданину США «проглотить» все права и свободы. Визуальная метафора является ключом для интерпретации всего текста политической рекламы, а слоган «Ешь!» конкретизирует визуальный компонент. Метафоризация несет отрицательную оценку, и в результате мы можем реконструировать смысл данной политической рекламы: демократия в США – кость в горле американскому гражданину. В РПИР заголовок «Помощь голодающим по-американски» соединяется в сознании адресата с образом хлеба, направляемого людям, нуждающимся в помощи, при нарезке в виде бомб (рис.3). В соединении вербального и визуального компонентов понимаем смысл этой рекламы: «помощь» по-американски - это «война» и «смерть».



Рис.1



Рис.2



Рис.3

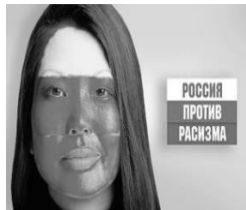


Рис.4

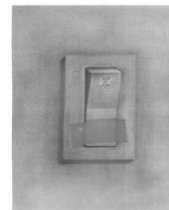


Рис.5

Визуальная метафора с минимальным вербальным компонентом распространена достаточно широко и в РПИР, и в АПИР. В РПИР (рис.4) визуальная метафора не может быть прочитана без слогана: «Россия против расизма». Визуальный компонент включает изображение девушки неевропеоидной расы, имеющей необычный раскрас в виде триколора. Как результат, реконструируем смысл рекламы: Россия разнолика, это [многонациональное государство](#), где проживает более 190 [народов](#) с равными правами.

Чисто визуальная реклама, «основанная на сочетании только визуальных образов» [3, с.96], в РПИР и АПИР встречается редко, так как в процессе метафорического осмысления каждый из компонентов креолизованного текста несет смысловую нагрузку в большей или меньшей степени. Кроме того, изображение выражает мысль не прямо, а завуалированно, что может повлиять на различное прочтение реципиентом рекламного текста, в отличие от слова, которое более точно выражает смысл его употребления. На рис. 5 визуально показано, что невозможно нажать на кнопку выключателя из-за удерживающей силы скотча, метафорическом образе СССР, государственным символом которого является красный флаг с серпом и молотом. Благодаря этой стране как гаранту мира уничтожить («выключить») планету Земля невозможно (две красные черты перечеркивают изображение планеты).

Основными функциями визуальной метафоры в РПИР и АПИР являются эвристическая (осмысление меняющейся политической реальности и формулирование новых политических программ) и аргументативная (убеждение аудитории в правильности тех или

иных политических взглядов). Помимо этого, оценочная функция визуальной метафоры выражается в использовании позитивных/ негативных метафор, агитационная функция визуальной метафоры состоит в целенаправленном воздействии на глобального адресата.

В рамках визуальной метафоры В.А.Каменева, Н.В.Рабкина и другие выделяют визуальное олицетворение и визуальное овеществление. Указанные лингвисты считают, что **визуальное овеществление** – «деперсонификация образа человека и уподобление его таким предметам, которые вызывают у реципиента требуемые ассоциации. Как правило, объект, с помощью которого репрезентируется овеществление, напрямую соотносится с лексико-семантическим полем текста» [7, с.99].

И в АПИР, и в РПИР примеров визуального овеществления немного. Рассмотрим РПИР на рис. 6. В данном случае происходит деперсонификация людей: «Надоели овощи?» Люди расцениваются как овощи, без своего мнения и воли. Усиливает впечатление слоган «Выбирай ЯБЛОКО!» Укрупнение шрифта, логотип партии «Яблоко» на его фоне, зеленый жизнеутверждающий цвет призваны визуально укрепить выбор адресата.

Пример АПИР представлен на рис. 8: чиновники, финансовая элита воспринимаются простыми американцами как мусор. Основной рекламный текст «Захватите Уолл-стрит» (Occupy Wall Street) гласит о гражданском протесте в Нью-Йорке, начавшемся 17.09.2011, целью которого был длительный захват улицы Уолл-стрит в финансовом центре Нью-Йорка для привлечения общественного внимания к «преступлениям финансовой элиты» и призыву к структурным изменениям в экономике. Усиливает впечатление, производимое изображением, слоган «Вынесите мусор!»



Рис.6



Рис.7



Рис.8



Рис.9

В.А.Каменева, Н.В.Рабкина и другие рассматривают **визуальное олицетворение** как персонификацию образа неодушевленного предмета для создания требуемых ассоциаций у реципиента. Пример обращения к визуальному олицетворению в РПИР представлен на рис. 7. Швейные иглы самостоятельно, без участия портних, вышивают эмблему XII Всемирного фестиваля молодежи и студентов. Силу женского движения подчеркивает слоган «Женщины планеты за мир и дружбу!», и его слышали во всем мире (гости фестиваля, прошедшего в 1985 году в Москве, приехали из 157 стран мира). В АПИР (рис.9) «ожила» статуя Свободы в США, которая в облике женщины поднимает лозунг «Революция» (слоган), читаемый как «Революция-любовь» (love).

Таким образом, визуальную метафору в текстах политической рекламы следует рассматривать как идеологическое средство воздействия на глобального реципиента. Сравнительный анализ визуальной метафоры в текстах интернет - рекламы с русскоязычным и англоязычным вербальными компонентами показал, что использование визуальной метафоры как визуального стилистического средства является наиболее эффективным на глобальном уровне.

Литература и источники

1. Ананченко О.Г. Соотношение частности и оценочности тематических метафор в СМИ // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2016. № 12-2. С. 119-122.

2. Большакова Л. С. Метафора в англоязычном поликодовом тексте на материале британских и американских музыкальных видеоклипов : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Самара, 2008. 23 с.
3. Ворошилова М.Б. Креолизованная метафора: первые зарисовки // Политическая лингвистика. 2012. № 4. С. 94—99.
4. Каменева В. А. Теоретические основы идеологических исследований. Краткий обзор. // Политическая лингвистика. 2017. № 3. С. 16-20.
5. Каменева В. А., Горбачева О. Н. Визуальные стилистические средства в социальной интернет - рекламе, или Зарождение визуальной стилистики текста // Политическая лингвистика. 2014. № 2. С. 124—127.
6. Каменева В. А., Рабкина И.В. Визуальный код рекламы: скрытая суггестия // Политическая лингвистика. 2019. № 4. С. 83—102.
7. Каменева В. А., Рабкина И.В., Араева Л.А, Горбачева О. Н. К вопросу о терминологическом аппарате визуальной стилистики текста: визуальные стилистические средства в социальной рекламе // Политическая лингвистика. 2018. № 3. С. 96—104.
8. Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция / Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия. - М.: Наука, 1990. – С. 180–186.
9. Феденева, Ю. Б. Моделирующая функция метафоры в агитационно - политических текстах 90-х гг. XX века : дис. ... канд. филол. наук / Феденева Ю. Б. — Екатеринбург, 1998.
10. URL: http://rastudent.ru/brand_alley/70_sotsialnaya_i_politicheskaya_reklama/ (дата обращения: 10.02.2018).
11. URL: <http://www.guity-novin.blogspot.ru/2012/08/chapter-60-posters-in-social-protests.html#One> (дата обращения: 10.02.2018).

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Каменева В. А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81

НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ В СФЕРЕ ПЕРЕСЕЧЕНИЯ ЯЗЫКА И ПРАВА

Пшеничникова Ю.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

pshenichnikova-yuliya@mail.ru

Основное содержание исследования составляет изучение деятельности в сфере наружной рекламы. Рассматриваются виды наружной рекламы по действующему законодательству. Основной целью работы является лингвоюридический анализ наружной рекламы Кемеровской области. Рассматриваются системы источников правового регулирования рекламной деятельности в Кемеровской области. В итоге мы попробуем выявить языковые особенности рекламного текста, наличие или отсутствие которых обуславливает его соответствие / несоответствие ФЗ "О рекламе".

Ключевые слова: рекламная деятельность, лингвистическая экспертиза, спорный рекламный текст, Федеральный закон «О рекламе».

EXTERNAL ADVERTISING OF KEMEROVO REGION IN THE SPHERE OF CROSSING LANGUAGE AND RIGHT

Pshenichnikova Y.A.

Kemerovo State University

The main content of the study is the study of activities in the field of outdoor advertising. The types of outdoor advertising under the current legislation are considered. The main purpose of the work is the linguistic and legal analysis of outdoor advertising in the Kemerovo region. Systems of sources of legal regulation of advertising activity in the Kemerovo region are considered. As a result, we will try to identify the language features of the advertising text, the presence or absence of which determines its compliance / non-compliance with the Federal law on advertising.

Key words: advertising activities, linguistic expertise, controversial advertising text, Federal law on advertising.

Данная работа посвящена исследованию деятельности в сфере наружной рекламы. Актуальность исследовательской работы обусловлена тем, что в настоящее время деятельность в сфере наружной рекламы является одним из видов предпринимательской деятельности. Реклама товаров и деятельности предприятия – это главная составная часть комплекса маркетинговых мероприятий, особый информационный выход на потребителя. Нельзя не заметить, что при подобном активном развитии, рекламные отношения зачастую опережают развитие их нормативного регулирования.

Главная *цель* данной работы - лингвоюридический анализ наружной рекламы Кемеровской области.

С учетом поставленной цели можно сформулировать следующие задачи исследования:

1. определить понятие и виды наружной рекламы;
2. ознакомиться с основными видами наружной рекламы по действующему законодательству;
3. рассмотреть систему источников правового регулирования рекламной деятельности в Кемеровской области;
4. выявить языковые особенности рекламного текста, наличие или отсутствие которых обуславливает его соответствие / несоответствие ФЗ "О рекламе".

Объектом исследования выступает наружная реклама Кемеровской области за июль 2017 - декабрь 2018.

Предмет исследования - семантические, синтаксические и стилистические особенности наружной рекламы.

Основные методы исследования: метод лингвистической экспертизы, лингвистический опрос.

Понятие наружной рекламы.

«Наружная реклама — графическая, текстовая, либо иная информация рекламного характера, которая размещается на специальных временных и/или стационарных конструкциях, расположенных на открытой местности, а также на внешних поверхностях зданий, сооружений, на элементах уличного оборудования, над проезжей частью улиц и дорог или на них самих» [Малафеев, 2010, с. 34].

1. Лингвистическое исследование спорной наружной рекламы

Для анализа мною было проведено наблюдение за соблюдением требований законодательства Российской Федерации о рекламе при размещении наружной рекламы, расположенной на территории г. Кемерово и установлено, что по адресу г. Кемерово, пр. Шахтеров, 85а, на стене многоквартирного дома, в котором осуществляет деятельность магазин «Мир пива», размещена реклама следующего содержания:

- «ГУСТАВ меренги МИРОВАЯ ПРЕМЬЕРА КАЛИНКИНО» с указанием на марку пива «Густав», реализуемого в магазине «Мир пива».

Для изучения того, как воспринимается данный спорный рекламный текст рядовыми гражданами, был проведен лингвосociологический опрос, в котором респондентам предъявлялась копия фотографии рекламного текста.

Результаты проведенного опроса по спорному рекламному тексту показали, что значительное количество респондентов (80 % опрошенных лиц) воспринимают данную рекламу как продвижение алкогольной продукции марки пива. Образ пивного напитка оказался узнаваем для большинства респондентов, принявших участие в опросе.

В соответствии с пунктом 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

Таким образом, системный анализ гражданского законодательства Российской Федерации свидетельствует о том, что объектом рекламирования выступает товар, предназначенный для продажи и иного введения в гражданский оборот, который можно индивидуализировать, выделить среди других товаров. Соответственно, реклама товара всегда представляет собой информацию о конкретном товаре, который можно индивидуализировать даже внутри группы однородных товаров.

Пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» установлено, что ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В связи с изложенным, в нарушение пункта 5 части 2 статьи 21 ФЗ «О рекламе» по адресу г. Кемерово, пр. Шахтеров, 85а, размещена реклама алкогольной продукции с указанием на марку пива «Густав».

Литература и источники

1. Баранов, А.Н. Лингвистическая экспертиза текста: теоретические основания и практика / А.Н. Баранов. – М.: 2018. – 592 с.
2. Кнорре, К. Наружная реклама / К. Кнорре. – М.: Изд-во Бератор-Пресс, 2002. – 167 с.
3. Малафеев, В. Наружная реклама: специфика восприятия наружной рекламы / В. Малафеев. – Тольятти: Инфо, 2010. – 296 с.
4. Евстафьев, В. А. Что, где и как рекламировать. Практические советы / В. А. Евстафьев, В. Н. Ясонов. – СПб.: Питер, 2005. – 174 с.
5. Назайкин, А. Н. Наружная, внутренняя, транзитная реклама: практическое пособие / А. Н. Назайкин. – М.: Солон-пресс, 2014. – 304 с.
6. Петров, А. П. Рекламная деятельность / А. П. Петров. – М.: Высшая школа, 2003. – 276 с.
7. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: учебное пособие / Ф.И. Шарков. – М.: Дашков и К, 2016. - 336 с.
8. Страунинг Э.Л. Пробелы в правовом регулировании рекламной деятельности в свете нового Закона "О рекламе" // Юридический мир. 2008. N 7. С. 51 - 56.

Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Дударева Я.А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81

ПРОБЛЕМА ИСТИННОСТИ/ЛОЖНОСТИ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА: ЛИНГВОИНТЕРПРЕТАЦИОННЫЙ АСПЕКТ

Рафикова Е.А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

katiarafikova@yandex.ru

Данное исследование посвящено изучению рекламного дискурса в лингвоинтерпретационном аспекте, т.е. в процессе его функционирования и восприятия адресатом. Рассмотрена интеракционная модель коммуникации, подразумевающая взаимодействие субъектов общения. Интерпретационизм и адресатоцентричность являются общими принципами современных лингвистических концепций, что определяет актуальность исследования. На основе проведенного лингвистического эксперимента и дальнейшего его анализа был установлен интерпретационный потенциал рекламного текста и характеристика его с точки зрения таких свойств рекламного дискурса, как истинность и ложность.

Ключевые слова: реклама, адресат, интерпретация, истинность, ложность, дискурс.

THE PROBLEM OF TRUTH/FALSITY OF ADVERTISING TEXT: LINGUISTIC AND INTERPRETATIVE ASPECT

Rafikova E. A.

Kemerovo State University

This study is devoted to the study of advertising discourse in the linguistic and interpretative aspect, i.e. in the process of its functioning and perception by the addressee. An interactive model of communication is considered, implying the interaction of subjects of communication. Interpretationism and addressocentricity are common principles of modern linguistic concepts, which determines the relevance of the study. Based on the linguistic experiment and its further analysis, the interpretative potential of the advertising text and its characteristics in terms of such properties of the advertising discourse as truth and falsity were established.

Keywords: advertising, addressee, interpretation, truth, falsity, discourse.

Проблема истинности и ложности является одной из ключевых во многих науках, таких как логика, философия, методология, а также охватывает круг вопросов лингвистики. Изучение данных понятий имеет как теоретическую, так и практическую ценность для лингвистической науки, так как истинность и ложность как свойства текста тесно связаны с коммуникативной и ориентирующей функцией языка и речи. В нашей работе рассмотрены различные подходы к определению ключевых категорий темы – истина, ложь и смежные им понятия. Истинность и ложность как свойства текста подразумевают объективную или субъективную оценку. Изучение текста в адресатоцентрическом аспекте позволяет исследовать интерпретационную стратегию адресата и его отношение к тексту с позиции истинности/ложности.

Современная лингвистика отличается антропоцентризмом и функционализмом, то есть рассматривает язык во взаимодействии с человеком, его коммуникативную функцию [1]. При этом оценивается деятельность как автора речевого произведения, так и воспринимающего его адресата как активного участника коммуникативного процесса, внимание к которому в науке отражено в появлении относительно нового направления лингвистического интерпретационизма [2]. Наиболее перспективным в данной области является изучение такой речевой единицы, как текст, позволяющий подробно изучать функционально-коммуникативные свойства языка. Объектом лингвистического анализа становятся тексты разных стилей и жанров. В последнее время заметно активизировалось изучение рекламных текстов, широко представленных в современном мире. Исследование рекламных текстов позволяет лингвистам решать различные задачи, в том числе на новом уровне рассматривать коммуникативное взаимодействие автора и адресата, что обуславливает **актуальность** данного исследования.

Целью нашей работы является установление интерпретационного потенциала рекламного текста с позиции истинности/ложности, а также его прагмалингвистическое

описание в инструментальном аспекте. В соответствии с целью исследования были выдвинуты следующие **задачи**:

1) определить теоретическую базу исследования, предполагающую изучение и систематизацию литературы по теории интерпретации, проблеме истинности и ложности, рекламному дискурсу;

2) сформировать эмпирическую базу исследования, включающую совокупную множественность интерпретаций рекламных текстов;

3) провести лингвистический эксперимент, позволяющий выявить разную степень доверия /недоверия адресата к рекламному тексту;

4) установить факторы, детерминирующие оценку адресатом рекламного текста с позиции истинности/ложности.

Основными методами исследования являются: метод лингвистического эксперимента, позволяющий выявить множественность интерпретаций исходного текста; метод лингвистического описания с его приемами наблюдения, систематизации, обобщения.

Большинство форм духовной деятельности человека подразумевает истинностную оценку: истинность рассматривается как с теоретической точки зрения, так и с практической, объединяет цикл когнитивных процессов, отвечающих за человеческое поведение. Операторы истинности/ ложности применимы к механизмам жизни, практическому мышлению и речи.

Существует несколько подходов к определению понятия истина. Наиболее традиционна классическая концепция истины, которую в своих трудах развивает А. Тарский: истина в ней предстает как соответствие приписывания присущности [3]. Ценностно-теоретический характер понятия истина, его связь с такими глобальными проблемами как отражение мира через язык, объективность мира и субъективность мышления человека и другие, приводит к порождению множества подходов к его изучению. С течением времени были выдвинуты новые факторы и условия, учитываемые при определении сущности понятия истина: введение критерия системности – когерентная концепция истины [4], критерия практичности – прагматическая концепция [5] и т.д. В каждой из вышеприведенных концепций рассматривается отражение мира через язык, что напрямую связывает проблему определения истины с лингвистикой. Категория истинности является фундаментальной для реализации информативной и коммуникативной функций языка. Следовательно, одной из задач лингвистики при изучении проблем, связывающих компоненты мир-человек-язык, является рассмотрение категорий истинности/ ложности.

Одним из относительно новых объектов изучения лингвистов является рекламный текст. Внимание лингвистов к рекламной сфере не случайно, ведь реклама является самым эффективным способом продвижения различных товаров и услуг; просмотр рекламы психологически воздействует на адресатов, заставляя их подсознательно выбирать определенный продукт. В своем исследовании мы будем опираться на определение Гольмана: реклама есть форма не личного представления и продвижения коммерческих идей, товаров и услуг [6].

Наиболее полно рекламный текст необходимо рассматривать в реальных процессах коммуникации, то есть обращаться к рекламному дискурсу. Можно выделить несколько содержательно-формальных характеристик рекламного дискурса: актуальность, релевантность, стереотипность, интегративность и стандартизованность, персуазивность. Актуальность и релевантность рекламного дискурса связаны с обслуживанием современных нужд и потребностей общества; стереотипность есть отражение существующих в обществе представлений и устоявшихся оценок; стандартизованность обусловлена наличием в рекламе жанровых, речевых, стилистических стандартов, помогающих идентифицировать рекламное сообщение. Под персуазивностью же понимается воздействие адресанта на сознание получателя с заданной коммуникативно-прагматической целью.

Основная информация о рекламируемом товаре передается посредством языка. В рекламном коммуникативном акте очень важна словесная составляющая, непосредственно текст рекламного сообщения. Изучение рекламного дискурса подразумевает рассмотрение рекламных текстов и их элементов в реальных процессах коммуникации с точки зрения взаимодействия участников рекламного коммуникативного акта [7]. В рамках прагмалингвистики важны такие признаки рекламы, как целенаправленный социальный коммуникативный акт, условия ситуации общения, жанры, стратегии и ценности. Рекламная сфера направлена на продвижение какого-либо продукта, что заставляет коммуникатора использовать информативно-манипулятивные свойства рекламного текста для создания определенного положительного образа продукта, реальное содержание которого не всегда может соответствовать действительности. При этом когнитивные особенности восприятия информации у всех реципиентов разные, что заставляет субъекта речи одновременно и находить универсальные способы воздействия на адресатов сообщения, и составлять рекламный текст в соответствии с предпочтениями непосредственной целевой аудитории. При этом исследователями все активнее развивается мысль о потенциале интерпретируемости, заложенном и в языковой форме, и непосредственно в сознании адресата. Значения могут быть реализованы в процессе мыслительной деятельности самим адресатом, даже если они не были предусмотрены замыслом автора рекламного текста [8].

Изучение проблемы истинности/ложности рекламных текстов в адресатоцентрическом аспекте является перспективным направлением в лингвистике, что обусловлено недостаточным освещением проблемы истинности/ложности в лингвистике, тенденцией к адресатоцентричности и активным развитием лингвистического интерпретационизма, а также вниманием к такому лингвистическому объекту как рекламный текст.

Литература и источники

1. Кубрякова, Е.С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа) // Язык и наука конца XX века / под ред. Ю.С. Степанова.– М.: Российский гос. ун-т, 1995. С. 144-238.
2. Демьянков В.З. Интерпретация // Краткий словарь когнитивных терминов / Кубрякова Е.С., Демьянков В.З., Панкрац Ю.Г., Лузина Л.Г. Под общей редакцией Е.С. Кубряковой. М.: Филологический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова, 1996. С.31-33.
3. Tarski A. The Semantic Conception of Truth and the Foundations of Semantics // Philosophy and Phenomenological Research, 1944, v. 4, № 3, pp. 341—375. Перевод выполнен А. Л. Никифоровым. — Прим. ред.
4. Карнап, Р. Значение и необходимость: Исследование по семантике и модальной логике / Пер. с англ. Н. В. Воробьева. — Биробиджан: Тривиум, 2000.
5. Пирс Ч. Закрепление верования // Вопросы философии, 1996. № 12.
6. Гольман И.А. Рекламная деятельность: Планирование. Технологии. Организация. - 2-е изд. перераб. и доп. - М.: Гелла-Принт, 2002. - 400с.
7. Лившиц, Т.Н. Специфика рекламы в прагматическом и лингвистическом аспектах: Дис. ... канд. филол. наук - Таганрог, 1999. - 354 с.
8. Голев, Н.Д., Ким, Л.Г. Об отношениях адресата, автора и текста в парадигме лингвистического интерпретационизма // Сибирский филологический журнал. - 2008. - № 1. С. 144-153.

Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Ким Л.Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

СТРАТЕГИИ И ПРИЕМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ВНИМАНИЯ ПОКУПАТЕЛЯ В ОБЪЯВЛЕНИЯХ ТОРГОВОЙ ПЛОЩАДКИ “ALIEXPRESS”.

Хрущев В.В.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»
mrdjkorr@gmail.com

Данная работа посвящена теоретическим и практическим исследованиям в области риторики. Особый интерес работы заключается не только в рассмотрении объявлений сайта, но также и в проведении анализа и сравнения различных подходов к оформлению и привлечению покупателей к своему товару среди населения России и Китая. Отдельное внимание в работе уделяется выявлению сходств и различий в объявлениях вышеупомянутых стран. Объектом исследования являются объявления, предметом – стратегии и приемы привлечения внимания в объявлениях.

Ключевые слова: стратегия, прием, объявление, aliexpress.

STRATEGIES AND RECEPTIONS TO ATTRACT BUYER ATTENTION IN “ALIEXPRESS” SHOPPING ANNOUNCEMENTS.

Khrushchekov V.V.

Kemerovo State University

This work is devoted to theoretical and practical research in the field of rhetoric. The particular interest of the work lies not only in the consideration of site announcements, but also in the analysis and comparison of various approaches to designing and attracting customers to their product among the population of Russia and China. Special attention is paid to identifying similarities and differences in the announcements of the above countries. The object of the study are ads, the subject is strategies and techniques for attracting attention in ads.

Keywords: strategy, ad, announcement, aliexpress.

Сегодня большому количеству людей на планете доступен интернет. В интернете все стремятся занять свою нишу, в том числе нишу продаж различных товаров. И ни для кого не секрет, что люди в погоне за привлечением покупателей порой идут на самые различные ухищрения. Крупной площадкой интернет-торговли является сайт Алиэкспресс (Aliexpress) [2]. Большинство продавцов на данной площадке являются китайцами, а основная часть покупателей – русские, в связи с этим продавцы стараются описать товары на русском языке и довольно часто это у них выходит не очень гладко. Но сегодня это может быть использовано в целях рекламы. Самые забавные названия нередко могут «завируситься», и спрос на такие забавные вещи возрастает.

А как это связано с риторикой? Тут работают несколько риторических подходов, один из которых возбуждение любопытства. Товаром с причудливым названием начинают тут же интересоваться и приобретать. Создаются целые сообщества, посвященные таким товарам. Вторым, более серьезным подходом является использование агональной риторики. Целью такого подхода является управление человеческим поведением посредством письменного слова, например, путем изготовления и представления определенных текстов.

Выбранная тема важна как теоретически, так и практически, так как сегодня риторика расширяет границы своего поля деятельности и активно движется в сторону технологий и современного прогресса. Риторика как наука об эффективной и целесообразной коммуникации помогает устанавливать контакт и налаживать связи не только с носителями родного языка, но и с иностранцами.

Цель работы – анализ объявлений на торговой площадке Алиэкспресс среди населения России и Китая, выявление сходств и различий в приемах привлечения внимания покупателей. Достижение целей связано с решением промежуточных задач эмпирического исследования:

1. Выбор объявлений, реализующих приемы привлечения внимания.
2. Статистический и лингвистический анализ полученных результатов.

Эмпирическим материалом являются данные, которые мы получили в ходе рассмотрения объявлений, а теоретической базой – работы в области риторики. Были рассмотрены различные товары, акцент делался на сами объявления.

Алиэкспресс – площадка для продажи различных товаров людям со всего земного шара. Учитывая особенности аудитории, которая должна будет заинтересоваться данным товаром, продавец может выстроить текст таким образом, что товар заинтересует целевую аудиторию.

Риторика на сегодняшний день расширяет границы своего поля деятельности и активно движется в сторону технологий и современного прогресса. Знания риторики могут облегчить налаживание коммуникации с людьми из любой точки планеты. Это совершенно новый виток развития в науке, поэтому освещение этого вопроса как никогда актуально, в особенности для современного общества.

Сегодня Алиэкспресс позволяет продавать товары из любой точки мира. Мы изучили несколько позиций товаров продавцов России и Китая с разных сторон. Ниже приведены примеры с сохранением особенностей текста оригинала.

Беспроводные наушники Haylou GT1 отпечатков пальцев Touch TWS Bluetooth, HD стерео Беспроводной наушники Бесплатная доставка. Тут мы сразу можем предположить, на какую аудиторию нацелен данный товар: вероятнее всего, на студентов. Это нам подсказывает описание товара, во-первых, то, что это беспроводные наушники – молодежь любит слушать музыку где бы то ни было и заодно идти в ногу со временем, используя современные беспроводные технологии. Во-вторых, тут указано, что доставка бесплатная, что также может указывать на бюджетный сегмент покупателей, таких как студенты. Помимо этого, отдельно указано, что доставка бесплатна в Россию, китайцы уже знают, что для России такой тип товаров будет более привлекателен.

Давайте также обратимся к более забавным описаниям. Была найдена позиция с таким описанием: *Жилет-любовник мужчины зима.* Данный товар выставлен на продажу гражданами из России и, вероятно, был нацелен на более широкую аудиторию, не ограничиваясь лишь Россией. В связи с этим, продавцу необходимо было описать товар на иностранном языке, но недостаток знаний привел к такому необычному названию, которое определенно привлечёт внимание покупателя. Хотя нельзя исключать и тот факт, что это было сделано намеренно, для привлечения внимания.

Исходя из этих данных, можем выделить как сходство, так и различия в объявлениях России и Китая. Сходство заключается в не совсем грамотном описании товара. Различия мы можем увидеть в подходах к продаже товаров.

Таким образом, мы проследили небольшие сходства и различия в подходах продаж и написания объявлений России и Китая на Алиэкспресс.

Литература и источники

1. Шевчук Д. А. Риторика и реклама. – URL: <https://econ.wikireading.ru/28442> (Дата обращения 29.03.2020).
2. Aliexpress. – URL: <https://best.aliexpress.ru> (Дата обращения 29.03.2020).

Научный руководитель - канд. филол. наук, доц. Оленев С.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81`38

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА В РЕКЛАМЕ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)

Цпнецяп А. А.

Данная статья посвящена изучению языка рекламы товаров и услуг для детей. В статье представлено исследование феномена языковой игры в рекламных текстах товаров и услуг для детей. В статье рассматриваются основные характеристики рекламы как вида массовой коммуникации. Рассматриваются лингвистические и экстралингвистические особенности текстов рекламирующих товары и услуги для детей. Даются определения «реклама», «реклама для детей» и «языковая игра». Языковая игра рассматривается как целенаправленное нарушение языковых норм с целью достижения комического эффекта. В работе представлена классификация языковой игры в рекламе детских товаров. Проанализированы приёмы языковой игры в рекламных текстах, рекламирующих детские товары и услуги. Проведённое исследование позволяет прийти к заключению, что в рекламе для детей наиболее частотны представлены приёмы графической, фонетической и словообразовательной игры. В рекламе для детей большое внимание уделяется экспрессивной насыщенности рекламного объявления, информативность рекламного текста отходит на второй план. Графическая и фонетическая игра являются лучшими способами максимально привлечь внимание детей, так как позволяют включить понятный детям игровой момент.

Ключевые слова: реклама, реклама для детей, языковая игра, фонетическая игра, графическая игра, словообразовательная игра.

**PUN IN ADVERTISEMENTS FOR CHILDREN
(ON THE MATERIAL OF THE ENGLISH LANGUAGE)**

Zpnezjan A.

Kemerovo State University

This article is devoted to the language of advertising of goods and services for children. The article presents a study of the phenomenon of pun in advertisements for goods and services for children. The article discusses the main characteristics of advertising as a type of mass communication. Linguistic and extralinguistic features of texts advertising goods and services for children are considered. Definitions "advertising", "advertising for children" and "pun" are given. Pun is seen as a deliberate violation of language norms in order to achieve a comic effect. The work presents the classification of pun in ads for children's goods. The use of pun in texts advertising children's goods and services has been analyzed. The research carried out makes it possible to conclude that advertising for children most frequently presents the techniques of graphic, phonetic and word-building game. Advertising for children pays great attention to the expressive saturation of the advertisement; the informativity of the advertising text goes to the background. Graphic and phonetic plays are the best ways to get children's attention as much as possible, as they allow including a game moment understood by children.

Key words: advertising, advertising for children, pun, phonetic game, graphics game, word-building game.

В современном мире реклама стала глобальным и вездесущим явлением, так как она затрагивает многие сферы жизни человека: от экономики до искусства. Современная реклама требует знания различных наук. Для создания рекламных текстов очень важно знать о лингвистических, психологических, и многих других особенностях рекламного текста.

В лингвистике реклама относится к массовой коммуникации, которая носит информационный и убеждающий характер, ее цель — побудить адресата к определенному действию. Большое внимание уделяется экспрессивной насыщенности рекламы,

информативность рекламного текста отходит на второй план. Эта ситуация происходит так как предложения товара превышают спрос потребителя на рынке, и чтобы избежать этой ситуации, создатели рекламного текста ищут новые способы для привлечения внимания потребителя.

Реклама является одним из способов передачи информации о потребительских свойствах товара и различных существующих услуг. И очевидным становится то, что целью рекламы выступает повышение спроса на них. При этом употребляются различные способы и приёмы, коммуникативные стратегии манипулирования [6].

В рекламных текстах используется особая языковая сфера языка, она включает в себя специфические цели и различные языковые средства, в том числе и языковую игру.

Языковая игра присутствует во всех сферах человеческой жизни, от бытовой сферы, где она представляется в виде шутки или просто в виде отзвучий, до рекламного слогана, газетного фельетона, ораторской речи и поэтического произведения. Языковая игра вездесуща, потому что освоила все языковые уровни - фонетику, словообразование, лексику, синтаксис [7].

Учёные, исследовавшие явление языковой игры выделяют два основных подхода к феномену языковой игры: представители первого подхода связывают языковую игру с нарочным нарушением нормы, а представители второго подхода определяют языковую игру как отступление от специфических правил.

По мнению В. З. Санникова, языковая игра — это некоторая намеренно допускаемая языковая неточность, где читающий (слушающий) должен понимать эту намеренность, чтобы возникла возможность поддержать игру и понять глубинный смысл того, что за ней стоит. " [6].

Необходимо подчеркнуть, что в языковой игре существует несколько языковых неправильностей, которые нарочно делает писатель, и эта нестандартность допускаема для читателя и понимается читателем.

Для языковой игры авторы рекламных текстов прибегают ко всем уровням языка: фонетики, графики, орфографии, морфологии. Согласно С. И. Сметаниной, существует графическая игра, фонетическая игра, словообразовательная игра, морфологическая игра, игра с сочетаемостью слов, игра с многозначностью, а также сочетание нескольких приемов языковой игры в тексте [5].

Реклама для детей - это маркетинговые или рекламные продукты или услуги для детей в соответствии с национальным законодательством и стандартами рекламы. Рекламу детских товаров можно разделить на две большие категории. К первой группе относится реклама, которая ориентирована на самих детей. Данные рекламные объявления включают рекламу сладостей и игрушек. В данной рекламе, по большей части, присутствуют мультипликационные персонажи, большая часть отдана визуальному компоненту. Вторая группа детской рекламы адресована родителям. В этом случае рекламируются более значимые вещи, такие как, например, одежда, питание, мебель и т.д.

В рекламе ориентированной на детей наиболее часто можно встретить приёмы графической и фонетической игры, так как они более понятны для детей и им легко включиться в «игру».

Графическая игра является лучшим способом привлечь внимание детей и вовлечь их в игру, так как она очень образна и нередко включает изображение рекламируемого товара в названии продукта или слогана рекламной компании. Данный приём особенно популярен среди детей дошкольного возраста и часто используется в рекламе завтраков, соков, шоколада и пр. [4]

Под графической игрой, как правило, понимается использование букв, знаков препинания и различные приемы, как сокращение слов, использование пробелов, отступов, пропускных букв и т. д.

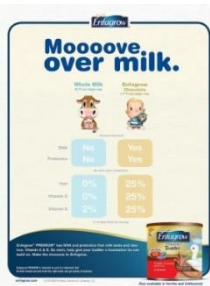


Суть графической игры в выделении той части слова, которая должна быть воспринята как активный элемент, формирующий оригинальный смысл [4].

Фонетическая игра в рекламе подразумевает звуковой образ рекламного текста. Фонетическая игра связана с изменением фонетической формы слова. Сам фонетический уровень включает в себя аллитерацию, созвучия и рифмы, ритм, всевозможные графические выделения (слова-матрёшки, по Ю. С. Бернадской) и каламбур[1].

Анализируя современные рекламные объявления для детей, можно сделать вывод, что на фонетическом уровне чаще всего применяются различные звуковые повторы. Вот один из примеров, характерных для игры на фонетическом уровне.

Пример отзвучия мы можем увидеть в рекламе от компании KEMON, который является производителем детского шампуня. PUT SOME 'POO IN YOUR DO'! В данной рекламе POO – является сокращением слова Shampoo. Кроме этого в данной рекламе мы можем встретить графическое выделение буквой «О» сравнивая её с пузырьками.



В рекламе молока фирмы «Enfagrow» также используется приём фонетической игры. Слоган Mooove over Milk подразумевает звук «Муу», который имитируют дети и взрослые, когда подразумевают корову. Слоган “Mooove over milk” может означать отказ от простого молока и предпочтение продукции Enfagrow, так как они производят натуральное молоко, на что намекает Moooo.

Привлекательность словообразовательной игры заключается в возможности создания окказионализма, чья семантика построена на ряде ассоциаций со словом или словами, являющимися основой для его создания.



Ярким примером словообразовательной игры в рекламе для детей может послужить реклама зубной пасты и зубных щеток для детей, в которой языковая игра связана с персонажами популярного мультфильма «Щенячий патруль». В слогане Make brushing Pawsome создатели рекламного текста обыграли слово awesome (отличный) изменив его на pawsome (paw – лапа) тем самым внося игровой момент.

В рекламе Tater Tots (картофельные шарики) от компании Ora –

Ида приём словообразовательной игры реализован в слогане рекламной компании “If it is not cold Tater Tots, it is just another Imi-Tater” Слова Imi-Tater имеет графическое выделение части слова и звучит как Imitator. В совокупности визуальным изображением картофельных фигурок реклама «намекает» на то, что только картофельные шарики выпускаемые данной компанией не только вкусная и полезная еда, но и полезная «пища» для воображения детей.



Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод о том, что современный рекламный текст насыщен повышенной экспрессивностью. И, конечно же, одним из средств достижения этого является языковая игра. Ведь игра для детей является способом познания окружающего мира. Через игру они пытаются найти свое место в окружающем мире, своей будущей социальной роли. Игра особенно близка сознанию дошкольников и младших школьников, так как они воспринимают все через игру. И поэтому очевидным становится то, что реклама детских товаров насыщена языковой игрой.

В рекламе детских товаров и услуг больше всего присутствует графическая игра, фонетическая, языковая игра в словообразовательном уровне.

Литература и источники

1. Бернадская, Ю.С. Текст в рекламе: учеб. пособие / Ю. С. Бернадская. - М.: Юнити-Дана, 2008. - 288 с.
2. Ильясова, С.В., Амири, Л.П. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы / С.В. Ильясова, Л.П. Амири. - М.: Флинта, 2015. - 594 с.
3. Олянич, А. В. Презентационная теория дискурса: автореф. дисс. на фил.наук.: 10.02.19 – теория языка: 2004. – Волгоград. – 42 с.
4. Приемы и виды языковой игры. [Электронный ресурс]. URL: https://vuzlit.ru/863125/priemy_vidy_yazykovoy_igry (дата обращения 28.02.2020).
5. Пыстина, О.В. Языковая игра как прием в заголовочных комплексах региональных издания / О.В. Пыстина // Вестник Сыктывкарского университета. – 2014. – С. 203 – 212.
6. Санников, В. З. Русский язык в зеркале языковой игры / В. З. Санников. – М.: Языки славянской культуры, 2002. – 552 с.
7. Шестаков, В. В. Языковая игра в англоязычном рекламном дискурсе / В.В. Шестаков // Молодой ученый. — 2015. — №1. — С. 423-425.

Научный руководитель – канд. филол. наук Коломиец С.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

УДК 81'37

СПЕЦИФИКА РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСА И ОСОБЕННОСТИ ЕГО ПРОЯВЛЕНИЯ В СОЦИАЛЬНОЙ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЕ

Юнг Д. А.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

daschaschulzik@mail.ru

Статья посвящена рассмотрению явления рекламного дискурса как особой разновидности институционального типа дискурсивной практики. Целью изучения является рассмотрение специфики рекламного дискурса и особенностей его проявления в социальной интернет-рекламе в контексте дискурсивного анализа. Актуальность обращения к рекламному дискурсу, в частности, рекламе, затрагивающей какие-либо проблемы общества, продиктована рядом факторов: во-первых, наличием запроса общества на понимание «поликодовости» рекламного текста; во-вторых, сложностью самого феномена рекламы, особенностей её разноликого функционирования; в-третьих, особым местом, занимаемым рекламой: промежуточное положение между убеждающим и манипулятивным дискурсами. В русле традиций российской «когнитивно-дискурсивной» школы и концепции В.И. Карасика был проведен комплексный лингвистический анализ видеоролика, снятого Госавтоинспекцией Красноярского края по заказу ГП «КрайДэо», появившегося на Youtub'e от 29.08. 2014г. Подобный вектор изучения рекламного дискурса и рекламного текста в виртуальном пространстве Рунета оказывается значимым, поскольку затрагивает проблему понимания самой сути современных средств массовой коммуникации, а также способы построения рекламы, как комплексной дискурсивной системы, выраженной разными кодами. Одной из перспектив проведенного исследования является развитие новых форм и способов привлечения внимания аудитории, а также рост интернет-рекламы не только в количественном, но и в качественном плане.

Ключевые слова: дискурсивный анализ, рекламный дискурс, социальная реклама, интернет-дискурс.

SPECIFICS OF ADVERTISING DISCOURSE AND FEATURES OF ITS MANIFESTATION IN SOCIAL INTERNET ADVERTISING

The article deals with the phenomenon of advertising discourse as a special type of institutional discursive practice. The purpose of the study is to consider the specifics of advertising discourse and the features of its manifestation in social Internet advertising in the context of discursive analysis. The relevance of addressing the advertising discourse, in particular, advertising that affects any problems of society, is dictated by a number of factors: first, the presence of a request from society to understand the "polycode" of the advertising text; second, the complexity of the phenomenon of advertising itself, the features of its diverse functioning; third, the special place occupied by advertising: an intermediate position between persuasive and manipulative discourses. In line with the traditions of Russian "cognitive-discursive" schools and the concept of V. I. Karasik was carried out a comprehensive linguistic analysis of the video recorded by the state traffic Inspectorate of Krasnoyarsk region by the order of SE "Criteo", which appeared on Youtub'e from 29.08. Two thousand fourteen Such a vector of studying advertising discourse and advertising text in the virtual space of the Runet is significant, since it affects the problem of understanding the very essence of modern mass communication media, as well as ways to build advertising as a complex discursive system expressed in different codes. One of the prospects of the research is the development of new forms and methods of attracting the attention of the audience, as well as the growth of Internet advertising not only in quantity, but also in quality.

Keyword: discursive analysis, advertising discourse, social advertising, Internet discourse.

Современное коммуникативное пространство невозможно представить без рекламного дискурса. Как отмечает Т.Н. Ефименко: «Проблемы рекламного дискурса на протяжении последних десяти лет становятся объектом значительного числа исследований в области функциональной лингвистики, теории коммуникации, теории воздействия, дискурсивного анализа, презентационной теории дискурса, структурной организации рекламного текста и других, не менее важных теорий и подходов» [1, 37 - 38]. Е.Н. Сердобинцева рассматривает феномен рекламы с разных точек зрения: её виды, цели, языковые особенности и проч. Исследователь отмечает, что рекламный текст строится по определённым правилам, где «каждый элемент играет свою особую роль». [8, с. 127] На эту особенность рекламного дискурса указывает и Т.Б. Кольшклина: «Ее составляющие бывают настолько слиты, что разделение может привести к потере смысла» [4, с. 35] Исследователи подчёркивают, что реклама должна не только привлекать внимание аудитории, но и побуждать к действию [5, с. 197 - 203], а рекламный дискурс имеет ряд характеристик: ориентация на собственную структуру, наличие максимума речевых ограничений, обусловленность контекстом, ограниченность во времени и проч. [2, с. 27]. В девятой главе коллективной монографии «Рекламный дискурс и рекламный текст» говорится о четырёх основных уровнях психологического воздействия рекламы: «когнитивный (передача информации, сообщения); аффективный (эмоциональный аспект, формирование отношения); суггестивный (внушение); конативный (определение поведения).» [7, с. 172]

Таким образом, проблема рекламного дискурса в современном научно-исследовательском поле остаётся актуальной.

Цель предпринятого исследования заключается в рассмотрении специфики рекламного дискурса и особенностей его проявления в социальной рекламе.

В рамках формата нашего анализа рекламного дискурса привлекаются элементы концепции В. И. Карасика, направленной на описание институционального типа дискурсивной практики: типовые участники, хронотоп, цели, ценности, стратегии, жанры, прецедентные тексты и дискурсивные формулы. [3, с. 189]. Настоящая схема предоставляет возможность узкоспециально рассмотреть один из видов рекламного дискурса – социальную рекламу.

Материалом эмпирического исследования стал видеоролик снятый Госавтоинспекцией Красноярского края по заказу ГП «КрайДэо» (краевая дорожно-эксплуатационная организация), появившийся на Youtub'e 29 июля 2014г. [9].

Перейдем к комплексному лингвистическому анализу представленного материала. Так, темой данного видеоролика является правила поведения водителя на дороге. Предмет темы – ПДД в целом. Данный ролик относится к виду социальный рекламы, поскольку «имеет некоммерческий характер и решает важные общественные задачи» [7, 62с.]. При этом виртуальное пространство его функционирования создаёт возможности для обратной связи и расширения состава целевой аудитории.

В конце видеоролика показаны логотипы компаний, помогавших при создании данного видео. Тем самым они заявляют о себе, привлекают внимание граждан. Вероятно, была какая-то спонсорская помощь для съёмки ролика в целях обеспечения безопасности людей на дороге, тем самым компании формируют положительное мнение о себе. Кроме того – это показатель того, что данная тема весьма актуальна и освещается даже не уровне государственных структур.

Цель разработчиков – привлечение внимания граждан к соблюдению максимальной безопасности на дорогах, к правильному поведению на трассе. Для достижения поставленной цели было реализовано воздействие на аудиторию посредством вербального, звукового, визуального кодов.

Обычно, при создании рекламы, большое внимание уделяется визуальному коду, что обусловлено доминантным положением зрения среди остальных чувств. Кроме того, информация, передаваемая зрительными символами «удерживают внимание, вызывая меньше сопротивления у человека» [6, с.38]. В представленном видеоролике также большое значение отдаётся визуальному коду. Главные лица в рекламе - известные российские спортсмены (С. Ломанов, А. Третьяков, А. Харитонов) – показаны в ситуации соревнований и в ситуации передвижения на машине. Две названные ситуации определяют соответствующий формат их поведения. В первом случае мы видим их сосредоточенный взгляд, прямую позу; садясь за руль, они обязательно пристёгиваются. Ярким эпизодом в ролике является момент, когда нам показана дорога со знаками ограничения скорости и зебра, по которой проходит мама с радостным ребенком. Такой визуальный ряд несёт в себе особый смысл – ценность человеческой жизни.

В ситуации же, когда спортсмены находятся в процессе соревнований, визуальный ряд представлен иначе: здесь они двигаются на больших скоростях (Третьяков), преступают линии разметки (Ломанов), толкают соперников для достижения цели (Харитонов), т.е. ведут себя совсем не так, как на дороге.

Однако не только визуальный код помогает данной социальной рекламе воздействовать на адресата. Немаловажным фактором является и звуковое сопровождение. Голос каждого спортсмена спокойный, ясный, приятный на слух – всё это позволяет смотреть ролик заинтересованно. Кроме того, когда спортсмены в игре, на фоне играет ритмичная музыка. Такое музыкальное сопровождение позволяет слушателям расслабиться, когда же действие переносится на трассу – музыка затихает, реципиент должен серьёзно настроиться на восприятие информации. Примечательно, что включение и выключение музыки чередуется – это активизирует интерес и поддерживает его.

Если говорить о вербальном коде, то здесь его можно проанализировать на уровне речи спортсменов. Их высказывания адаптированы под массовую аудиторию: краткость, отсутствие сложных синтаксических конструкций, стилистических фигур и проч. Это обусловлено и выбором целевой аудитории – в неё можно включить людей приблизительно 18 - 45 лет. Данный контент находится «за рулём». Кроме того, многие не имеют водительских прав, но безусловно в их семье или у друзей есть люди, которые таковы имеют, а также каждый из нас является пешеходом. Также Ломанов, Третьяков, Харитонов – спортсмены Красноярского края (здесь же снимался сам видеоролик). Это формирует ещё

большой интерес к рекламе, делает её авторитетной. Учитывая вышесказанное, вербальная составляющая оформлена соответствующим образом.

Также особый интерес представляет белая надпись на чёрном фоне «ПРАВИЛА ДОРОЖНОГО ДВИЖЕНИЯ ПРАВИЛА ЖИЗНИ». Авторы подразумевают, что, любое пренебрежение безопасностью может оказать пагубное влияние, как на свою жизнь, так и на жизнь других водителей или пешеходов. Спортсмены, которые обладают большим авторитетом и известностью, на дороге такие же простые люди, как и все остальные. К тому же «правила» из одной области становятся равны «правилам» из другой. Другими словами, хочешь сохранить жизнь – соблюдай правила дорожного движения. Надпись появляется медленно, чтобы каждый успел прочитать её. Следовательно, слоган закрепляется в сознании смотрящего, ведь он легко читается и произносится.

Избранный способ снятия ролика является ценностно-ориентированным, подходящим и удачным для решения поставленной задачи. Безусловно, он вызывает положительный эмоциональный эффект, кроме того заставляет задуматься. Правильное совмещение вышеупомянутых общих культурогенных и дискурсивных формул обеспечивает высокий перлокутивный эффект.

Таким образом, рекламный дискурс является уникальным феноменом в институциональном типе дискурса: он отличается разноликостью функционирования и «поликодовостью». При создании социальной Интернет-рекламы используются мультимедийные средства – текст, звук, цветное изображение, видео, что повышает возможности её воздействия на целевую аудиторию. Рекламный дискурс в социальной Интернет-рекламе строится таким образом, чтобы можно было максимально эффективно воздействовать на аудиторию.

Литература и источники

1. Ефименко Т.Н. Рекламный дискурс: функциональные и прагматические особенности англоязычного рекламного дискурса. // Традиции и инновации в лингвистике и литературоведении. Межкафедральный сборник научных статей МГПУ. – М., 2018. – 37 – 38с.
2. Замышляева Ю.С. Рекламный дискурс как вид институционального дискурса. / Челябинский гуманитарий. Сер.: Филологические науки. 2016. №4. – 27с.
3. Карасик В.И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. – 477с.
4. Колышкина Т.Б. Модель анализа дискурса и рекламного дискурса. Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2010. № 1. – 35с.
5. Куликова Е.В. Языковая специфика рекламного дискурса. / Вестник Нижегородского университета. им. Н. И. Лобачевского. 2008. № 4. – 197-203с.
6. Огилви, Д. Тайны рекламного двора. Советы старого рекламиста. – М.: Финстатинформ, 1994. – 38с.
7. Рекламный дискурс и рекламный текст : коллективная монография / науч. ред. т.н. Колокольцева. — М. : ФлИнта : наука, 2011. — 62 – 172с.
8. Сердобинцева Е.Н. Структура и язык рекламных текстов. : учеб. пособие / Е.Н. Сердобинцева. — М. : ФлИнта : Наука, 2010. — 127с.
9. Социальный ролик ГИБДД. URL: https://www.youtube.com/watch?time_continue=48&v=txbd_4wQLo0 (Дата обращения 17.03.2020 г.).

Научный руководитель – ассистент Иркова А.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

Научное издание

Филология, иностранные языки и медиакоммуникации

Материалы симпозиума в рамках XV (XLVII) Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Образование, наука, инновации: вклад молодых исследователей», посвящённой 45-летию Кемеровского государственного университета.

Выпуск 20

16+

Материалы печатаются в авторской редакции

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кемеровский государственный университет» (КемГУ).
650000, г. Кемерово, ул. Красная, 6.

Объем 6,54 Мб