

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  
XVI (XLVIII) Международной научной конференции  
студентов, аспирантов и молодых ученых  
«Образование, наука, инновации: вклад молодых исследователей»  
Выпуск 22

Об издании – [1](#), [2](#), [3](#)

Кемерово  
2021

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 XVI (XLVIII) Международной научно-практической конференции «Образование, наука, инновации: вклад молодых исследователей» [Электронный ресурс] / науч. ред. Ю. В. Подковырин; Кемеровский государственный университет. – Электрон. дан. (объем 3,9 Мб). – Кемерово: КемГУ, 2021. – Вып. 22. – 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 978-5-8353-2785-0 УДК 796/799:379.85

ББК 75(2Рос-4Кем)73я431

© Авторы научных статей, 2021

© Кемеровский государственный  
университет», 2021

## **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, 2021

© Кемеровский государственный  
университет, 2021

# Оглавление

## **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ КОММУНИКАТИВНОЙ ЛИНГВИСТИКИ ..... 17**

ЛИНГВОПРАВОВЫЕ НАРУШЕНИЯ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ <i>Бычкова В.Е.</i> .....	17
ЛИНГВОПРАВОВОЙ АНАЛИЗ ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИЕВ <i>Гуторова А.Д.</i> .....	20
КОРРЕЛЯЦИЯ ЗАГОЛОВКОВ И ПОДЗАГОЛОВКОВ СМИ: ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ <i>Дель Н.И.</i> .....	23
РАСПРОСТРАНЕНИЕ ФЕЙКОВЫХ НОВОСТЕЙ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ <i>Кемерова А. Э.</i> .....	26
ИЗМЕРЕНИЕ СТЕПЕНИ СЛОЖНОСТИ ТЕКСТА ЗАКОНА С ПОМОЩЬЮ КОМПЬЮТЕРНЫХ ПРОГРАММ: К ПОСТАНОВКЕ ПРОБЛЕМЫ <i>Мельникова В. С.</i> .....	29
АНАЛИЗ МЕТАФОР В ЗАГОЛОВКАХ КИТАЙСКИХ СМИ О РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ ЗАГОЛОВКОВ КИТАЙСКОЙ ГАЗЕТЫ «ЖЕНЬМИНЬЖИБАО») <i>Николаенок Ю.А.</i> .....	32
КОНФЛИКТОГЕННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСА <i>Рафикова Е. А.</i> .....	36
БИОНИМЫ ЛОШАДЬ/КОНЬ В РУССКОЙ И ТАТАРСКОЙ ОБЫДЕННОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ (по результатам эксперимента) .....	39
КЛИКБЕЙТНЫЕ ЗАГОЛОВКИ КАК СПОСОБ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ВНИМАНИЯ АДРЕСАТА <i>Степанова А. А.</i> .....	43
КОНФЛИКТНАЯ ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ И ЕЁ ПРОЯВЛЕНИЯ НА РАЗНЫХ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСАХ <i>Степанова А. И.</i> .....	47
РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ СТЕРЕОТИПНОГО ОБРАЗА ТЕРЕЗЫ МЭЙ В НОВОСТНЫХ СТАТЬЯХ БРИТАНСКОЙ ПРЕССЫ <i>Шитова М. А.</i> .....	50
САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ АДВОКАТА КАК КОММУНИКАТИВНЫЙ ФЕНОМЕН <i>Юнг Д. А.</i> .....	54

## **ПЕРЕВОД И ПЕРЕВОДОВЕДЕНИЕ ..... 57**

ПРОБЛЕМА ПЕРЕВОДА РЕЧЕВОГО ПОРТРЕТА (НА ОСНОВЕ РОМАНА ДЭНИЕЛА КИЗА «ТВИНСТВЕННАЯ ИСТОРИЯ БИЛЛИ МИЛЛИГАНА») <i>Бойко М.Ю.</i> .....	57
ПЕРЕВОД ИМЕН СОБСТВЕННЫХ В КНИГАХ, ОСНОВАННЫХ НА КОМПЬЮТЕРНОЙ ИГРЕ «WARCRAFT» <i>Замуруева С.П.</i> .....	59

ПЕРЕДАЧА ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫХ РЕАЛИЙ ПРИ ПЕРЕВОДЕ КАЛАМБУРА В СЕРИАЛЕ «ДРУЗЬЯ» <i>Иушина Е. Е.</i> .....	63
ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА АНГЛИЙСКОГО РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА НА РУССКИЙ ЯЗЫК <i>Козловская А.М.</i> .....	67
СОХРАНЕНИЕ ПРАГМАТИЧЕСКОГО АСПЕКТА ПРИ ПЕРЕДАЧЕ АНГЛИЦИЗМОВ НА РУССКИЙ ЯЗЫК <i>Лощилова М.В.</i> .....	70
СПОСОБЫ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПРЕССИИ ПРИ СОЗДАНИИ ПЕРЕВОДНЫХ СУБТИТРОВ <i>Макарова Ю.О.</i> .....	74
ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ И ПЕРЕВОДЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КИНОДИАЛОГА (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СЕРИАЛОВ И РУССКИХ СУБТИТРОВ) <i>Райс К.О.</i> .....	77
ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ И ЭКСТРАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КИНОПЕРЕВОДА (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ФИЛЬМОВ ЖАНРА ТРИЛЛЕР) <i>Федорова Е.В.</i> .....	80
ПЕРЕВОД НАУЧНОЙ СТАТЬИ С РУССКОГО ЯЗЫКА НА АНГЛИЙСКИЙ (ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ И СТРУКТУРНО-ЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ) <i>Филимонов А.К.</i> .....	84
КЛАССИФИКАЦИЯ РЕАЛИЙ НА ПРИМЕРЕ СЛАВЯНСКОГО ФЭНТЕЗИ <i>Яцун О.О.</i> .....	87
<b>АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ .....</b>	<b>91</b>
КОМПОЗИЦИЯ СОВРЕМЕННОГО РЕПОРТАЖА В ИНТЕРНЕТ-СМИ (НА ПРИМЕРЕ ТЕКСТОВ САШИ СУЛИМ) <i>Бодянская А.С.</i> .....	91
ОБРАЗ С.Ю. ВИТТЕ В КАРИКАТУРАХ 1905-1906 ГОДОВ <i>Водзинская В.В.</i> .....	95
СТРАТЕГИЯ «РАЗВЛЕКАЯ, УЧИМ» КАК ОСНОВНОЙ ПРИНЦИП СОЗДАНИЯ ДЕТСКИХ ТВ-ПРОГРАММ НА СОВЕТСКОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ (НА ПРИМЕРЕ ПРОГРАММЫ «АБВГДейка») <i>Варенникова Е. А.</i> .....	98
ПРОБЛЕМЫ И ЦЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ (НА МАТЕРИАЛЕ АВТОРСКОЙ КОЛОНКИ В. Н. СНЕГИРЕВА В ЖУРНАЛЕ «ЖУРНАЛИСТ») <i>Ворфоломеева А. А.</i> .....	103
ДРАМАТУРГИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ШОУ «ЦЕНТРАЛЬНОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ» <i>Качусова К.К.</i> .....	106

САМОРЕФЛЕКСИЯ ЖУРНАЛА «ВОКРУГ СВЕТА» НА ПРИМЕРЕ ЮБИЛЕЙНОГО ВЫПУСКА ЗА 2011 ГОД, ПОСВЯЩЁННОГО 150-ЛЕТИЮ ИЗДАНИЯ <i>Матико Е.С.</i> .....	109
ПРИНЦИП УНИВЕРСАЛИЗМА В НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОЙ ПЕРЕДАЧЕ «ОЧЕВИДНОЕ — НЕВЕРОЯТНОЕ» С. П. КАПИЦЫ <i>Мельникова А.Р.</i> .....	113
АВТОРСКИЙ СТИЛЬ В ЖУРНАЛИСТИКЕ НА ПРИМЕРЕ ТЕКСТОВ ЮЛИИ ЛЕОНИДОВНЫ ЛАТЫНИНОЙ <i>Николаев К.Е.</i> .....	116
ОТРАЖЕНИЕ ОБРАЗА СОБЫТИЯ-ТРАГЕДИИ В РОССИЙСКИХ СМИ (НА МАТЕРИАЛЕ СОБЫТИЯ «ПОЖАР В ТРЦ «ЗИМНЯЯ ВИШНЯ» Г. КЕМЕРОВО») <i>Осинцева Т.С.</i> .....	118
ВЕРБАЛЬНАЯ И ВИЗУАЛЬНАЯ СОСТАВЛЯЮЩИЕ СОВЕТСКОГО РЕКЛАМНОГО ПЛАКАТА <i>Сергеева М.М.</i> .....	121
СПЕЦИФИКА ПОДАЧИ ЖУРНАЛИСТСКОГО РАССЛЕДОВАНИЯ В СЕТЕВЫХ ИЗДАНИЯХ <i>Семькина А. Е.</i> .....	125
РОЛЬ ПОЛИТИЧЕСКИХ СТЕРЕОТИПОВ В ПРОГРАММЕ Т. КЕОСАЯНА «МЕЖДУНАРОДНАЯ ПИЛОРАМА» <i>Шишкина Н.Е.</i> .....	128
АВТОРСКИЙ КОНТЕНТ В ЖУРНАЛИСТИКЕ НА ПРИМЕРЕ ТЕКСТОВ МАРИНЫ АХМЕДОВОЙ <i>Терешкин Д.С.</i> .....	131
ПОЛИФОНИЯ ЖАНРОВ КАК ОСНОВА АВТОРСКОГО ИНТЕРНЕТ-ПРОЕКТА (НА ПРИМЕРЕ ПРОЕКТА «РЕДАКЦИЯ» АЛЕКСЕЯ ПИВОВАРОВА) <i>Яровенко В. В.</i> .....	134
<b>АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКИ .....</b>	<b>137</b>
АНАЛИЗ КОМБИНИРОВАННОГО ПРИМЕНЕНИЯ СТРАТЕГИЙ СИНХРОННОГО ПЕРЕВОДА ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИЙ (НА МАТЕРИАЛЕ СОВМЕСТНОЙ ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИИ ДОНАЛЬДА ТРАМПА И ВЛАДИМИРА ПУТИНА 2018 ГОДА) <i>Алианов Р. К.</i> .....	137
ПРОПОЗИЦИОНАЛЬНО-ФРЕЙМОВОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ РЕЧЕВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДЕТЕЙ ШЕСТИЛЕТНЕГО ВОЗРАСТА (на материале свободного ассоциативного эксперимента) <i>Белякова Л. А.</i> .....	141
РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ СЕТЕВОГО КОНЦЕПТА «НЕЛЕГИТИМНАЯ ВЛАСТЬ» В ТЕКСТАХ КОММЕНТАРИЕВ НА ВИДЕОХОСТИНГЕ YOUTUBE <i>Девятяров Д.В.</i> ...	145
ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЯ КАК ОТРАЖЕНИЕ МОЛОДЁЖНОГО ЭКСТРЕМИЗМА <i>Дикунцова К. С.</i> .....	148

ЗНАЧЕНИЕ ФАЦИЕНТА СУБСТРАТ ДЛЯ ЖАНРОВОЙ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЗАПИСЕЙ НА ПОЛЯХ <i>Желенкова В.В.</i> .....	152
МЕТАФОРИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ЛЕГИТИМНОСТИ И ЛЕГАЛЬНОСТИ КОНСТИТУЦИОННОЙ РЕФОРМЫ В ДИСКУРСЕ ПОЛИТОЛОГОВ (на материале текстов В. Б. Пастухова) <i>Игнатова Ю.С.</i> .....	154
СТИЛИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ГЕНДЕРА В СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ И НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ) <i>Идемешова А. Н.</i> .....	157
ОСОБЕННОСТИ МИРОВИДЕНИЯ РУССКОГО, КИТАЙСКОГО, АЛТАЙСКОГО НАРОДОВ ЧЕРЕЗ ПАРЕМИИ О ГЛУПОСТИ ЧЕЛОВЕКА <i>Ильина У. В.</i> .....	161
АНТИКОРРУПЦИОННАЯ ЭКСПЕРТИЗА И ПРОБЛЕМА СЛОЖНОСТИ ЮРИДИЧЕСКОГО ЯЗЫКА И ТЕРМИНОВ <i>Иркова А.В.</i> .....	165
КОНЦЕПТНОЕ ПРОСТРАНСТВО НАИВНОГО АВТОРА В МЕМУАРНЫХ ТЕКСТАХ <i>Лебедева А.С.</i> .....	169
РЕЧЕВЫЕ ТАКТИКИ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ НА ПОНИЖЕНИЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИЕВ АНГЛИЙСКИХ И АМЕРИКАНСКИХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ) <i>Митякина О.В.</i> .....	172
СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЛЕГИТИМИРУЮЩИХ СТРАТЕГИЙ И ТАКТИК В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПОЛИТИКОВ <i>Силкова М.А.</i> .....	176
ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ МОНИТОРИНГ СОЦИАЛЬНОЙ НАПРЯЖЕННОСТИ РЕГИОНА <i>Углова Д. В.</i> .....	180
<b>МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА И ЛИТЕРАТУРЫ ..... 185</b>	
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРОИЗВЕДЕНИЙ МУЗЫКИ И ЖИВОПИСИ НА УРОКАХ РУССКОГО ЯЗЫКА КАК СРЕДСТВО РАЗВИТИЯ РЕЧИ ОБУЧАЮЩИХСЯ <i>Акуленко А.Л.</i> .....	185
ПРИМЕНЕНИЕ ПРОЕКТНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РАМКАХ ЭЛЕКТИВНОГО КУРСА ПО ЛИТЕРАТУРЕ <i>Борисова Н.А.</i> .....	189
ИЗУЧЕНИЕ ЦИКЛА РОМАНОВ Б. АКУНИНА ОБ ЭРАСТЕ ФАНДОРИНЕ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ИНТЕРЕСА СТАРШЕКЛАССНИКОВ К КЛАССИКЕ <i>Дрожжина Е.Н.</i> .....	192
РАЗВИТИЕ ТВОРЧЕСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ НА УРОКАХ ЛИТЕРАТУРНОГО ЧТЕНИЯ <i>Илясова Я.С.</i> .....	195

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕТОДИКИ «ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ СЛОВА» В СОВРЕМЕННОЙ ШКОЛЕ <i>Красникова Г.О.</i> .....	199
РЕГИОНАЛЬНЫЙ КОМПОНЕНТ НА УРОКАХ РУССКОГО ЯЗЫКА <i>Попова Д.Д., Юрьева Е.Е.</i> .....	203
МОДЕЛИРОВАНИЕ РЕЧЕВОГО ПОРТРЕТА ШКОЛЬНИКА <i>Медведева Ю. С.</i> .....	206
ФОРМИРОВАНИЕ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ СОПОСТАВИТЕЛЬНОГО АНАЛИЗА НА УРОКАХ ЛИТЕРАТУРЫ В ОСНОВНОЙ СОШ <i>Мешкова Н. О.</i> .....	211
ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЯЗЫКОВЫХ КОРПУСОВ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ <i>Перевозчикова В.А.</i> .....	214
ТЕКСТ КАК ПОКАЗАТЕЛЬ СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКИХ И СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ КОММУНИКАЦИИ <i>Поряднева В.В.</i> .....	217
ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ ПРОИЗВЕДЕНИЙ А.С. ПУШКИНА В ОБУЧЕНИИ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ НА УРОКАХ ЛИТЕРАТУРНОГО ЧТЕНИЯ <i>Самукина Т.П.</i> .....	219
<b>КОГНИТИВНО-ДИСКУРСИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ .....</b>	<b>222</b>
ВЛИЯНИЕ СМИ НА ПОЛИТИЧЕСКОЕ МИРОВОЗЗРЕНИЕ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА: ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ <i>Васильева А.О.</i> .....	222
МОРФОЛОГИЧЕСКИЕ И ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ИГ ТЕРМИНОЛОГИИ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ <i>Дерябин А.</i> .....	225
АНТРОПОМОРФНЫЕ ПРИЗНАКИ <i>LEBEN</i> В СОВРЕМЕННЫХ СМИ ГЕРМАНИИ <i>Дмитриенко А.Д.</i> .....	229
СПЕЦИФИКА СОВРЕМЕННОГО ИНАУГУРАЦИОННОГО ДИСКУРСА РОССИИ И США (НА МАТЕРИАЛЕ ИНАУГУРАЦИОННЫХ РЕЧЕЙ) <i>Никифорова Е. В.</i> .....	231
СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ МАНИПУЛИРОВАНИЯ СОЗНАНИЕМ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ <i>Омиадзе Э.Г.</i> .....	234
ФРЕЙМ «ИГРА» В ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА ДЕТЕЙ (НА МАТЕРИАЛЕ ДЕТСКОЙ РЕЧИ) <i>Павлова К. М.</i> .....	238
РЕАЛИЗАЦИЯ ПОЛИКОДОВОСТИ В ПОЭТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ СОВРЕМЕННОЙ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПОЭЗИИ) <i>Пащенко М.М.</i> .....	241
ЛИНГВОЮРИДИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ <i>Писарева Н.А.</i> .....	244

ТИПЫ КИТАЙСКОЙ ПЕЙОРАТИВНОЙ ЛЕКСИКИ ПО ДАННЫМ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ <i>Покасова А.С.</i> .....	247
МЕТАФОРИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ «ПЕРЕСТРОЙКА – ЭТО БОЛЕЗНЬ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА» В РОССИЙСКИХ СМИ XXI ВЕКА <i>Старикова А.М.</i> .....	251
РЕЧЕВАЯ АГРЕССИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ <i>Степанова Е.Н.</i> .....	254
ОБРАЩЕНИЕ НА «ВЫ» И «ТЫ» В КИТАЙСКОЙ КУЛЬТУРЕ КАК ПРОЯВЛЕНИЕ ЭТИКЕТНОГО НАЧАЛА <i>Тыщенко А.Е.</i> .....	257
ПРОИЗВОДНАЯ ЛЕКСИКА, НАЗЫВАЮЩАЯ РЕАЛИИ ЖИЗНИ СТУДЕНТОВ, В АСПЕКТЕ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЫ МИРА (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО ЯЗЫКА) <i>Юрина А. Е.</i> .....	260
<b>ПОЭТИКА РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ФОЛЬКЛОРИСТИКА.....</b>	<b>265</b>
ТЕМА ЛЮБВИ В ЦИКЛЕ Н. ЗАБОЛОЦКОГО «ПОСЛЕДНЯЯ ЛЮБОВЬ» <i>Агеева И.И.</i> .....	265
СИСТЕМА ПРИРОДНО-ПЕЙЗАЖНЫХ ОБРАЗОВ РОМАНА К. Г. ПАУСТОВСКОГО «БЛИСТАЮЩИЕ ОБЛАКА» <i>Алимпова Д. М.</i> .....	268
ОТРАЖЕНИЕ КАТЕГОРИИ ПОГРАНИЧНОСТИ Ф.М. ДОСТОЕВСКОГО В РОМАНЕ О. ПАМУКА «МОИ СТРАННЫЕ МЫСЛИ» <i>Будаева А.С.</i> .....	271
СЮЖЕТ «ВОСКРЕШЕНИЯ ВОЖДЯ» В ПОЛИТИЧЕСКИХ АНЕКДОТАХ О СТАЛИНЕ <i>Дрыгина К.А.</i> .....	274
ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ЮРИДИЧЕСКОГО ДОКУМЕНТА В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ХУДОЖЕСТВЕННО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО ПРОИЗВЕДЕНИЯ «АРХИПЕЛАГ ГУЛАГ» А.И. СОЛЖЕНИЦЫНА. ТОМ 1) <i>Ерошевская М.В.</i> .....	279
ДИАЛОГ Ф.М. ДОСТОЕВСКОГО С ЛИТЕРАТУРНОЙ ТРАДИЦИЕЙ БАЙРОНА. ОБРАЗ СТАВРОГИНА И БАЙРОНИЧЕСКИЙ ГЕРОЙ <i>Клевакина И.Н.</i> .....	283
МОТИВ СМЕРТИ В ПОЗДНЕМ ТВОРЧЕСТВЕ И.С.ТУРГЕНЕВА <i>Кулева П.С.</i> .....	287
МИФОЛОГИЧЕСКИЕ РАССКАЗЫ О КРАСНОМ ОЗЕРЕ Г. КЕМЕРОВО <i>Купчик Ю. С.</i> .....	290
МОТИВ УТРАТЫ И СПАСЕНИЯ ДУШИ В РОМАНЕ А. ИВАНОВА «ЗОЛОТО БУНТА» <i>Курасова А. В.</i> .....	293
ПОЭТИКА СТИХОТВОРЕНИЯ А. ПРИСМАНОВОЙ «СОЛЬ» <i>Макаренко В.В.</i> .....	296

МАГИЧЕСКАЯ ФУНКЦИЯ ЖЕНСКОГО КОСТЮМА В ПОВЕСТИ Н. В. ГОГОЛЯ "СОРОЧИНСКАЯ ЯРМАРКА " <i>Питуганова Н. А.</i> .....	299
ЭТНОГРАФИЧЕСКИЙ И ФОЛЬКЛОРНЫЙ АНАЛИЗ ЭТИМОЛОГИИ ТОПОНИМА "УЧУЛЕН" КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ <i>Рузаева И. В.</i> .....	302
ОСОБЕННОСТИ ЖЕНСКОЙ ПРОЗЫ КУЗБАССКИХ ПИСАТЕЛЬНИЦ (НА ПРИМЕРЕ ТВОРЧЕСТВА З.ЧИГАРЁВОЙ И А.ПРОКУДИНОЙ ) <i>Токарева С.С.</i> .....	307
ОСОБЕННОСТИ МОТИВА «ДЕВУШКИ НА СКАМЬЕ» В КОНТЕКСТЕ УСАДЕБНОГО ТЕКСТА XIX ВЕКА <i>Угольников К. Р.</i> .....	310
<b>ВОСТОЧНЫЕ ЯЗЫКИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИЗУЧЕНИЯ.....</b>	<b>315</b>
ФОРМЫ ОБРАЩЕНИЙ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ <i>Вытовтова М.Р.</i> .....	315
ЭВФЕМИЗМЫ ТЕМАТИЧЕСКИХ ГРУПП «БОГАТСТВО» И «БЕДНОСТЬ» В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ <i>Карнович П.В.</i> .....	319
СИМВОЛИКА ЦИФР ВО ФРАЗЕОЛОГИЗМАХ РУССКОГО И КИТАЙСКОГО ЯЗЫКОВ <i>Курзанцева Е.Е.</i> .....	323
РЕАЛИЗАЦИЯ ОППОЗИЦИИ «ЖИЗНЬ – СМЕРТЬ» В КИТАЙСКИХ И РУССКИХ ПРИМЕТАХ <i>Пашенцева А. В.</i> .....	327
ОБЫДЕННАЯ СЕМАНТИКА БИОНИМОВ В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ЭКСПЕРИМЕНТА) <i>Петрокевич А.Н.</i> .....	331
МЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЕ ПРИМЕТЫ В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ <i>Понкратова А. М.</i> .....	334
СПЕЦИФИКА ПРОПОЗИЦИОНАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ФРЕЙМА «ДЕРЕВО» В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ <i>Попова В. А.</i> .....	337
БИОНИМ «КУРИЦА» В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ОБЫДЕННОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ <i>Степаненко Е. М.</i> .....	340
АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С СЕМАНТИКОЙ ЦВЕТА В РЕЧИ РУССКОГО И КИТАЙСКОГО НАРОДОВ <i>Терёхина М.С.</i> .....	343
СИНОНИМИЯ РУССКИХ И КИТАЙСКИХ БЫТОВЫХ ПРИМЕТ: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ <i>Юрова К.А.</i> .....	351
ЖАНР «ПОЗДРАВЛЕНИЕ» В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ <i>Зиновьев К.В.</i> .....	355

МОДИФИКАЦИОННОЕ СЛОВООБРАЗОВАНИЕ КАК СПОСОБ ОТНОШЕНИЯ К ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ РУССКИХ И КИТАЙЦЕВ <i>Сычева О.Н.</i> .....	357
ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ПАРЕМИОЛОГИИ: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ <i>Забродина Е.А.</i> .....	361
ОСОБЕННОСТИ ПРОПОЗИЦИОНАЛЬНО-ФРЕЙМОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ЛЕКСИКО-СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ГНЕЗДА С ВЕРШИНОЙ «СЕРЬГА» В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ <i>Романова Д.К.</i> .....	365
КОГНИТИВНЫЙ АНАЛИЗ ПОСЛОВИЦ И ПОГОВОРОК О СЕМЬЕ В КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ <i>Котельников Т.П.</i> .....	370
<b>ДИСКУРСИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ЯЗЫКА .....</b>	<b>374</b>
ОСОБЕННОСТИ ВЕРБАЛЬНОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ПРОИЗВЕДЕНИЙ ЖИВОПИСИ (НА ПРИМЕРЕ КАРТИНЫ ЖАН-МИШЕЛЯ БАСКИИ: SAMO, SUGAR RAY ROBINSON) <i>Коновалова А. С.</i> .....	374
“ALICE IN WONDERLAND” Л. КЭРРОЛЛА КАК ПРЕЦЕДЕНТНЫЙ ТЕКСТ НА МАТЕРИАЛЕ СОВРЕМЕННОГО АНГЛОЯЗЫЧНОГО ПЕСЕННОГО ДИСКУРСА <i>Солдатова А.С.</i> .....	377
ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ФЕНОМЕНЫ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ПРЕДВЫБОРНОЙ РЕЧИ ДОНАЛЬДА ТРАМПА) <i>Власова А.А.</i> .....	380
КРИТЕРИИ УСПЕШНОГО ПУБЛИЧНОГО ВЫСТУПЛЕНИЯ (НА МАТЕРИАЛЕ КИТАЙСКОЙ И РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУР) <i>Ковалева С. Н.</i> .....	384
СТИЛИСТИЧЕСКИЙ ПРИЕМ ПОВТОРА В ПЕСНЕ «FAR AWAY» АНГЛОЯЗЫЧНОЙ КАНАДСКОЙ РОК-ГРУППЫ «NICKELBACK» <i>Денисенко А.В.</i> .....	386
ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ИРОНИИ В АМЕРИКАНСКОМ И РУССКОМ СТЭНДАПЕ <i>Федотова М.Е.</i> .....	388
РОЛЬ КОРПОРАТИВНОГО САЙТА В ФОРМИРОВАНИИ ОБРАЗА УСПЕШНОЙ АДВОКАТСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ <i>Рогожникова С. Ю.</i> .....	392
ДИСКУРСИВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТРЕЙЛЕРА КИНОФИЛЬМА (на материале современного английского языка) <i>Лысенко А. Р.</i> .....	395
ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ОБ УСПЕШНОЙ КОММУНИКАЦИИ (НА БАЗЕ РУССКОЙ, АНГЛИЙСКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУР) <i>Зотова Н. Р.</i> .....	398
ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ: ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ <i>Эртель К. В.</i> .....	401

ВИРТУАЛЬНАЯ ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ: ИНВАРИАНТ И ВАРИАНТЫ (на основе российских и китайских социальных сетей) <i>Кащеева А. А.</i> .....	404
ГЕРОЙ-БОРЕЦ КАК ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ В ДИСКУРСЕ АМЕРИКАНСКОГО СЕРИАЛА «SUPERNATURAL» <i>Сабельникова Д.А.</i> .....	406
ДИСКУРСИВНЫЕ ТАКТИКИ ТРЕЙЛЕРА КАК МОТИВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ РЕКЛАМИРУЕМОГО ФИЛЬМА <i>Халилова Э.Т.</i> .....	410
<b>ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА.....</b>	<b>414</b>
ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТЬ В ЛИТЕРАТУРЕ МЕТАМОДЕРНИЗМА (НА ПРИМЕРЕ ПРОИЗВЕДЕНИЙ АНГЛИЙСКИХ И АМЕРИКАНСКИХ ПИСАТЕЛЕЙ) <i>Герасенко А. И.</i> .....	414
АНОМАЛЬНЫЙ ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ МИР В РОМАНЕ Р. БРЭДБЕРИ «МАРСИАНСКИЕ ХРОНИКИ» <i>Пискунова В. В.</i> .....	416
ОБРАЗ ЖЕНСКИХ НОЖЕК В ПОВЕСТИ Н.М. КАРАМЗИНА «РЫЦАРЬ НАШЕГО ВРЕМЕНИ» <i>Ефименко Е.Е.</i> .....	419
ИНТЕРПРЕТАЦИЯ РАССКАЗА А. П. ЧЕХОВА «ДУШЕЧКА» КЛАССИКАМИ РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ <i>Луцык О.С.</i> .....	421
ОБРАЗ «РУССКОГО НЕМЦА» В РОМАНЕ И.А.ГОНЧАРОВА «ОБЛОМОВ» <i>Байдилюк Р.А.</i> .....	424
СПЕЦИФИКА ИЗОБРАЖЕНИЯ КОМИЧЕСКОГО В СОВРЕМЕННЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЯХ ИРЛАНДСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ <i>Горшкова А.Я.</i> .....	426
КАТЕГОРИЯ ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТИ В РОМАНЕ Т. ПРАТЧЕТТА «ЦВЕТ ВОЛШЕБСТВА» <i>Л. В. Бердникова</i> .....	429
ЖАНРОВАЯ СПЕЦИФИКА РОМАНА-АНТИУТОПИИ (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНОВ «BRAVE NEW WORLD» BY A. HUXLEY AND «1984» BY G. ORWELL) <i>Гутова Н.В.</i> .....	432
ЖАНРОВОЕ СВОЕОБРАЗИЕ ЦИКЛА “FOUR QUARTERS” Т.С. ЭЛИОТА <i>Рубкевич Е.А.</i> .....	434
ПОЭТИКА ЗАГЛАВИЯ РОМАНА Б. АКУНИНА «ПЕЛАГИЯ И КРАСНЫЙ ПЕТУХ» <i>Шешукова О.А.</i> .....	437
<b>ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ.....</b>	<b>441</b>

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕЧИ ГЕРОИНИ ЛЮБОВНОГО РОМАНА (НА ПРИМЕРЕ РОМАНА ДЖОДЖО МОЙЕС «THE GIRL YOU LEFT BEHIND») <i>Антипина Н. И.</i> .....	441
“DIGITAL INFLUENCER” КАК НОВЫЙ КОММУНИКАТИВНЫЙ ТИПАЖ <i>Напольских А.А.</i> .....	445
РЕЧЕВЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ ВЕДУЩЕГО МУЗЫКАЛЬНОГО ШОУ «THE VOICE» <i>Алфеева Е.В.</i> .....	449
СОЦИАЛЬНО-РЕЧЕВОЙ ПОРТРЕТ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ БРИТАНСКОГО АКТЁРА ДЭНИЕЛА ДЭЙ-ЛЬЮИСА <i>Береговой А.Е.</i> .....	453
ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ИДЕНТИФИКАЦИЯ ЛИЧНОСТИ (на материале аудиозаписей экзаменационных собеседований с учащимися 9-х классов) <i>Радченко А. И.</i> .....	456
РЕЧЕВОЙ ПОРТРЕТ БЛОГЕРА <i>Сметанина И. С.</i> .....	460
РЕЧЕВЫЕ АНОМАЛИИ В ДИСКУРСЕ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ (НА МАТЕРИАЛЕ РЕЧИ ПСИХИЧЕСКИ БОЛЬНЫХ ЛЮДЕЙ) <i>Егорова П.С.</i> .....	462
ВЕРБАЛЬНЫЕ ФОРМЫ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КОНЦЕПТА "СТАРОСТЬ" НА ПРИМЕРЕ ДЖ.БАРНСА "THE LEMON TABLE" <i>Тишкина Е.В.</i> .....	465
РОЛЬ ГОЛОФРАСТИЧЕСКИХ КОНСТРУКЦИЙ В ИДИОСТИЛЕ ДЖОНА ГРИНА <i>Шелест А.А.</i> .....	467
<b>ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИИ И СОЦИОЛИНГВИСТИКИ.....</b>	<b>472</b>
ОСОБЕННОСТИ ОБЫДЕННОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ АНГЛИЧАН И РУССКИХ <i>Балацкий И. В.</i> .....	472
ЛОГИКО-ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ ОТРАЖЕНИЯ ТЕОРИИ ВОСПРИЯТИЯ В ТРУДАХ АНГЛИЙСКИХ ФИЛОСОФОВ XX ВЕКА <i>Ермакова П. М.</i> .....	475
ИЗУЧЕНИЕ БЛОГЕРСКОЙ РЕКЛАМЫ В СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКЕ <i>Заборская Д.Е.</i> .....	478
РЕЧЕВОЙ ЭТИКЕТ В РУССКОМ И ЧЕШСКОМ ЯЗЫКАХ (НА ОСНОВЕ ОТКРЫТЫХ ИСТОЧНИКОВ) <i>Коровина Я.А.</i> .....	481
ПОЭТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС Л. СВИРСКОЙ <i>Минакина С.К.</i> .....	484

СЛОВО ГОДА В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ: ОПЫТ И РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ <i>Писаренко С.А., Кондратьев Е.А.</i> .....	487
ЭЛЕКТИВНЫЙ КУРС ПО ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЙ ПЕСЕННОЙ ПОЭЗИИ ДЛ ОБУЧАЮЩИХСЯ СТАРШИХ КЛАССОВ ШКОЛЫ <i>Смирнов С. А.</i> .....	489
ЛИНГВОКУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА СОВРЕМЕННОЙ ГОДОНИМИИ ЛОНДОНА <i>Соколова Е.А.</i> .....	491
УПОТРЕБЛЕНИЕ НЕМЕЦКИХ СЛОВ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ, ИХ ЗНАЧЕНИЕ И АССИМИЛЯЦИЯ <i>Фицке Ю., Викторова П.А.</i> .....	495
РЕЧЕВОЕ ПОВЕДЕНИЕ КАК ЭКСПЛИКАТОР КОММУНИКАТИВНОГО ПРОСТРАНСТВА РАЗНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ГРУПП <i>Чардынцева А.Д.</i> .....	499
НОМИНАТИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ДЕНЕЖНЫХ ОБОЗНАЧЕНИЙ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ <i>Черников Е.В.</i> .....	501
ВЕРБАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ ПОЛИТИКА У. ЧЕРЧИЛЛЯ <i>Шафикова А. А.</i> .....	505
ГЛАГОЛЬНЫЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С КОМПОНЕНТАМИ, ОБОЗНАЧАЮЩИМИ ДЕЙСТВИЯ ЧЕЛОВЕКА, КАК СПОСОБ ОТРАЖЕНИЯ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЫ МИРА (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО ЯЗЫКА) <i>Шебеко К. И.</i> .....	508
ОСОБЕННОСТИ ЖАНРА ИЗВИНЕНИЯ В КИТАЙСКОЙ И РУССКОЙ КУЛЬТУРАХ <i>Ярунина М.Д.</i> .....	512
<b>РЕЧЕВОЕ ЖАНРОВЕДЕНИЕ И АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ТЕКСТА .....</b>	<b>515</b>
ТЕКСТЫ С ЛОЖНООРИЕНТИРУЮЩИМИ НАЗВАНИЯМИ КАК ПРОЯВЛЕНИЕ МАНИПУЛЯТИВНОЙ ФУНКЦИИ ЯЗЫКА (НА МАТЕРИАЛЕ ИНТЕРНЕТ- ПУБЛИКАЦИЙ О МЕДИЙНЫХ ЛИЧНОСТЯХ) <i>Алешкович Д. К.</i> .....	515
СРЕДСТВА ВОЗДЕЙСТВИЯ В РЕКЛАМНОМ ТЕКСТЕ <i>Ахметзянова Ю.А.</i> .....	517
НЕБЫЛИЦЫ КАК СПОСОБ ОТРАЖЕНИЯ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЫ МИРА ДЕТЕЙ <i>Беляева Д. А.</i> .....	522
ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТОВ ЖАНРА «COMMENCEMENT SPEECH» <i>Кузьмина Н.В.</i> .....	529
ОТРАЖЕНИЕ ПАНДЕМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ В ЛЕКСИКЕ РУССКОГО ЯЗЫКА <i>Федосеев М. И.</i> .....	532

ПЕРЕПИСКА ДВУХ БРАТЬЕВ: ЛИНГВОПЕРСОНОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ <i>Лебедева Н.Б., Чиркунова А.А.</i> .....	535
ЭТИКЕТНЫЕ ФОРМУЛЫ СОВРЕМЕННОЙ РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЫ: ПОЖЕЛАНИЯ КАК ЧАСТЬ ПОЗДРАВИТЕЛЬНОГО ДИСКУРСА (НА МАТЕРИАЛЕ ТЕКСТОВ ПОЗДРАВИТЕЛЬНЫХ ОТКРЫТОК) <i>Лебедева Н.Б., Чудинов А.В.</i> .....	539
ТИПОЛОГИЯ КОНФЛИКТОВ В ДНЕВНИКОВОМ ЖАНРЕ <i>Штерцер Т.В.</i> .....	542
<b>ЯЗЫК ИНТЕРНЕТА И РЕКЛАМЫ .....</b>	<b>546</b>
СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ЭВФЕМИЗМОВ (НА МАТЕРИАЛЕ ТЕКСТОВ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ САЙТОВ) <i>Асанова М.С.</i> .....	546
КАТЕГОРИЯ ОЦЕНКИ В КИТАЙСКОЙ РЕКЛАМЕ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ <i>Белова М.С.</i> .....	550
ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА ПАРФЮМЕРНОГО БЛОГА <i>Ватлина В.В.</i> ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет» .....	552
СПЕЦИФИКА ВИЗУАЛЬНЫХ СТИЛИСТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ И ТРОПОВ В ДЕТСКОЙ РУССКОЯЗЫЧНОЙ КОММЕРЧЕСКОЙ РЕКЛАМЕ <i>Запольская А.А.</i> .....	555
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНОГО МЕТОДА ПРИ ПОЛИЛИНГВАЛЬНОМ ОБУЧЕНИИ (НА ПРИМЕРЕ ВРЕМЕННЫХ ФОРМ ПЕРФЕКТА И АОРИСТА АНГЛИЙСКОГО И ИСПАНСКОГО ГЛАГОЛА) <i>Кузнецова Я.Н.</i> .....	559
ФОРМЫ ТРОЛЛИНГА В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ <i>Мельник А.В.</i> .....	562
ПРОБЛЕМА ПОНИМАНИЯ ЯЗЫКОВОЙ НОРМЫ В КОНФЛИКТНОМ ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ <i>Ланцов А. В.</i> .....	566
ГРАФИЧЕСКИЕ И ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРАГМАТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ЗАГОЛОВКОВ ВИДЕОРОЛИКОВ САЙТА YOUTUBE <i>Литвинова А. Е.</i> .....	569
ИССЛЕДОВАНИЕ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕМ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА В АСПЕКТЕ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ <i>Марченко В.С.</i> .....	572
ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ВЕДЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ В СФЕРЕ КОСМИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ (НА МАТЕРИАЛЕ НОВОСТНЫХ СТАТЕЙ СЕТИ ИНТЕРНЕТ) <i>Петрачкова О.Ю.</i> .....	576

РЕЧЕВАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ТВИТТЕР» <i>Попова Д. М.</i> .....	578
РЕЧЕВЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ФЕНОМЕНОВ В ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ <i>Распопова А.Г.</i> .....	582
ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КИТАЙСКИХ БЛОГОВ О ФИТНЕСЕ И ЗДОРОВОМ ОБРАЗЕ ЖИЗНИ <i>Тякотева В.А.</i> .....	588
ИССЛЕДОВАНИЕ ВОСПРИЯТИЯ И ОЦЕНКИ ВОВЛЕКАЮЩИХ ПОСТОВ НА СТРАНИЦАХ БРЕНДОВ ОДЕЖДЫ В INSTAGRAM ПРЕДСТАВИТЕЛЯМИ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКИХ, АМЕРИКАНСКИХ И КИТАЙСКИХ СТРАНИЦ) <i>Хрущев В.В.</i> .....	591
ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЯЗЫКА КАК ФАКТОР СОВРЕМЕННОЙ КОММУНИКАЦИИ <i>Цуркан А.И.</i> .....	594
КОММЕРЧЕСКАЯ РЕКЛАМА КАК ФЕЙКОВЫЙ ДИСКУРС <i>Шалагина Д.П.</i> .....	598

# АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ КОММУНИКАТИВНОЙ ЛИНГВИСТИКИ

УДК 81'373.612.2

## ЛИНГВОПРАВОВЫЕ НАРУШЕНИЯ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

*Бычкова В.Е.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[Lera.bi4kova@mail.ru](mailto:Lera.bi4kova@mail.ru)

В статье анализируется речевое поведение языковых личностей в интернет-пространстве, которое приводит к возникновению лингвоправых конфликтов. Актуальность исследования обусловлена возросшим количеством коммуникативных конфликтов, способствующих проведению судебной лингвистической экспертизы. Цель работы - анализ лингвоправовых нарушений в интернет-коммуникации. Материалом исследования являются публичные выступления Ксении Собчак как одного из активных интернет-пользователей. В работе представлены результаты лингвистического анализа серии текстов, расположенных в социальной сети Instagram, и отражающих конфликт между Ксенией Собчак и Сергеем Шнуровым. Выбор фактического материала во многом обусловлен его нетипичной для интернет-коммуникации жанровой приуроченностью: стихотворной формой комментариев. Проведённый анализ позволил выделить два доминирующих типа лингвоюрисдема: 1) защита чести, достоинства и деловой репутации; 2) оскорбление. Лингвистический анализ показал, что и Ксения Собчак, и Сергей Шнуров достаточно часто с помощью языка нарушают действующее законодательство. Продемонстрировано, что проявление речевой агрессии требует системного и всестороннего лингвистического исследования. Задачей современных лингвистов и специалистов является типологизация лингвистических средств выражения агрессии, которая способствует предотвращению лингвоправовых конфликтов и выработке стратегий конструктивного решения коммуникативных задач.

**Ключевые слова:** юрислингвистика, лингвоправовой конфликт, интернет-коммуникация, лингвистическая экспертиза

## LINGUISTIC AND LEGAL VIOLATIONS IN INTERNET COMMUNICATION

*Bychkova V.E.*

Kemerovo State University

The article analyzes the speech behavior of linguistic individuals in the Internet space, which leads to the emergence of linguistic conflicts. The relevance of the study is due to the increased number of communicative conflicts that contribute to the conduct of forensic linguistic expertise. The purpose of the work is to analyze linguistic and legal violations in Internet communication. The research material is the public speeches of Ksenia Sobchak as one of the active Internet users. The paper presents the results of a linguistic analysis of a series of texts located on the social network Instagram, and reflecting the conflict between Ksenia Sobchak and Sergei Shnurov. The choice of factual material is largely due to its genre, atypical for Internet communication: the poetic form of comments. The analysis made it possible to distinguish two dominant types of lingvouridem: 1) protection of honor, dignity and business reputation; 2) insult. Linguistic analysis showed that both Ksenia Sobchak and Sergei Shnurov quite often violate the current legislation with the help of language. It has

been demonstrated that the manifestation of speech aggression requires a systematic and comprehensive linguistic research. The task of modern linguists and specialists is to typologize linguistic means of expressing aggression, which helps to prevent linguistic legal conflicts and develop strategies for constructive solutions to communicative problems.

Key words: legal linguistics, linguistic and legal conflict, Internet communication, linguistic expertise

В современной лингвистике актуальными являются исследования, направленные на описание особенностей коммуникативного поведения языковых личностей конфликтного типа в условиях интернет-взаимодействия. Данное направление обуславливает выделение такого феномена, как *лингвоправовой конфликт*, под которым понимается острая форма словесного конфликта, обладающего коммуникативной и правовой природой [1].

Лингвоправовой конфликт приводит к проведению судебной лингвистической экспертизы, которая позволяет установить событие правонарушения, совершаемое посредством устной или письменной речи. Бринев К.И. называет лингвистическую экспертизу видом лингвистического исследования, целью которого является установка обстоятельств, подлежащих доказыванию в рамках арбитражного, гражданского или уголовного процесса [2].

При проведении судебной лингвистической экспертизы исследователи используют такое понятие, как *лингвоюридема*, которая интерпретируется как «юридизация элементов языка в силу необходимости квалификации состава преступления, т.е. «подведения» их к определенной статье закона» [3]. Выделяются следующие типы лингвоюридем по соотнесённости с правовым содержанием: гражданские дела о защите чести, достоинства и деловой репутации; административные дела по обвинению в оскорблении; уголовные дела по оскорблению представителя власти; уголовные дела по обвинению в клевете и т.д.

Целью настоящего исследования является анализ лингвоправовых нарушений в интернет-коммуникации на материале публичных выступлений Ксении Собчак как одного из активных интернет-пользователей. Предмет лингвоправовых нарушений образуют не только языковые маркеры конфликтности, но и восприятие конкретного текста адресатом, которое во многом зависит как от его содержания, так и от условий функционирования текста. В связи с этим эмпирической базой исследования послужили комментарии оскорбительного характера двух типов:

- 1) комментарии, адресованные непосредственно Ксении Собчак;
- 2) комментарии, адресуемые Ксенией Собчак тому или иному субъекту.

Непосредственным материалом исследования явилась серия стихотворных текстов из социальной сети «Instagram» <https://www.instagram.com/p/Bu6uQamgZV0/>. Содержательное наполнение материала составляет словесный поединок в стихотворной форме между Ксенией Собчак и Сергеем Шнуровым, которые время от времени перекидываются оскорбительными стихами на своих страницах в «Instagram». Солист группы "Ленинград" в очередной раз вербально напал на российскую телеведущую, обвиняя ее во лжи и высмеивая личную жизнь. Отметим, что "стихотворный" конфликт Собчак и Шнурова длится уже около года. Изначально российские звезды дружили, но отношения начали портиться после развода певца с женой Матильдой, которую Собчак поддержала в конфликте. После этого Шнуров стал публиковать оскорбительные высказывания в адрес Ксении Собчак, затрагивая помимо прочего и её личную жизнь.

Проведённый анализ позволил выделить два доминирующих типа лингвоюридем в рассматриваемом материале: 1) защита чести, достоинства и деловой репутации; 2) оскорбление.

Проиллюстрируем выдвинутое положение конкретными примерами:

#### **I. Лингвоправовые нарушения, адресантом которых является Ксения Собчак.**

1. **Защита чести, достоинства и деловой репутации:** /Ну что, конец стишка уже подкрался / Какой нас вывод в результате ждет? / Друзья, похоже, Шнуров –

обосрался»); / «Серёга, приходи уже! Послушай /, Остались яйца у тебя в штанах? / Ты ищешь славы Резника Илюши / - Читать частушки на похоронах?» /

2. **Оскорбление:** / Зачем ты ведешь себя, как мудила? / Скажи, как про водку на днях сказал: / "Все, с...а, она меня победила!" /

## **II. Лингвоправовые нарушения, адресатом которых является Ксения Собчак.**

1. **Защита чести, достоинства и деловой репутации:** /«Ах, фантазии, хоть разом свет туши / В мозг взбрело неугомонной бабе, / В губернаторши пойти нашей глуши /; «Перемазалась немного. Да уж, что там. / Будут спрашивать опять, — а ты была где? / Вот такая выпала работа, Быть затычкой / Как бы в шоколаде» /.

2. **Оскорбление:** / «Вы мне предлагаете сойтись в честном риторическом бою, / Задницу не первой свежести в инстаграмме разместив свою, / Рыхлую, широкую, но плоскую, / Дряблая, чудовищная пруть» /.

Наблюдения за материалом позволяют сделать вывод о том, что в словесном поединке практически в равном количестве присутствуют выделенные группы лингвоправовых нарушений. Оба субъекта одинаково используют в своих стихотворных произведениях речевые единицы и конструкции, свидетельствующие о нарушении закона. Лингвистический анализ показал, что и Ксения Собчак, и Сергей Шнуров достаточно частотно с помощью языка нарушают действующее законодательство. В качестве ядерных маркёров лингвоправовых конфликтов выступают единицы, адресуемые конкретным субъектам:

1. Общеоценочная негативная лексика: «не со зла она, просто хитрожопая»; «рассказать на всю страну, что я за зараза»;

2. Грубопросторечная и бранная лексика: «Ткнули клумбой в рыло..»;

3. Инвективная (нецензурная) лексика: «Е\*\*вшего мечту, Серегу», «И послали ее на\*\*\*...»; Твой интерес насквозь. Я илю в пи\*\*у; Пи\*\*уй к Малахову; Да х\*й тебя пойми; На х\*й сесть и президентом стать.

Языковые средства, характеризующиеся отрицательной оценкой субъекта, нарушают нормы межличностного общения и способствует развитию конфликта. Проведённый анализ позволяет сделать вывод о том, что проявление речевой агрессии требует системного и всестороннего лингвистического исследования. В связи с этим задачей лингвистов и специалистов в области коммуникации является не только определение мотивов агрессивного языкового поведения, но и разработка типологизации лингвистических средств выражения агрессии. Комплексные исследования должны способствовать предотвращению лингвоправовых конфликтов и выработке стратегии конструктивного решения коммуникативных задач.

## **Литература и источники:**

1. Кара-Мурза Е.С. Лингвоправовой конфликт как объект исследования в лингвоконфликтологии // Юрислингвистика – X. Лингвоконфликтология и юриспруденция. Межвузовский сборник научных статей. – Барнаул-Кемерово, 2010. – С.114 – 123.

2. Бринев К.И. Лингвистическая экспертиза: Справочные материалы / К.И. Бринев. – Барнаул-Кемерово, 2009. – 17 с.

3. Голев Н.Д. Юридизация языковых конфликтов как основание их типологии // Юрислингвистика-9: Истина в языке и праве: Межвузовский сборник научных трудов / под ред. Н.Д. Голева. – Кемерово; Барнаул: Изд-во Алт. Ун-та, 2008. – С. 136-155.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Новгорова Е.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

## ЛИНГВОПРАВОВОЙ АНАЛИЗ ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИЕВ

*Гуторова А.Д.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[askamal@mail.ru](mailto:askamal@mail.ru)

Статья посвящена лингвоправовому анализу интернет-коммуникации. Актуальность данного направления обусловлена продуктивностью юрислингвистического аспекта описания речевого поведения, что отражает повышенное внимание лингвистов к вопросам, находящимся на стыке языка и права. Современная лингвистика характеризуется повышенным вниманием к проявлению конфликтности на разных уровнях. Основным объектом изучения данной области является коммуникативный конфликт – столкновение, основанное на речевой агрессии. Предметом исследования являются речеправовые нарушения, связанные с личностью президента РФ. На материале комментариев, расположенных в открытом доступе интернет-площадок «TikTok» и «Instagram», приводятся примеры речевой агрессии, направленной на В.В. Путина. Проведённый анализ позволил выделить ядерную группу лингвоюридем, отражающих соотношение языкового знака и конкретной статьи закона: защита чести, достоинства и деловой репутации, оскорбление представителя власти, клевета и угроза. Результаты анализа иллюстрируют, с одной стороны, высокую частотность в интернет-коммуникации речевых правонарушений в отношении президента России, с другой стороны, нетождественный характер лингвоправовых нарушений в разных социальных сетях. Наблюдение за материалом и его описание позволяет поставить вопрос о слабом контроле интернет-ресурсов на предмет речевого оскорбления конкретного субъекта.

**Ключевые слова:** коммуникативный конфликт, юридическая лингвистика, лингвоправовые нарушения, лингвоюридема, интернет-коммуникация.

## LINGUAL LEGAL ANALYSIS OF INTERNET COMMENTS

*Gutorova A.D.*

Kemerovo State University

The article is devoted to the linguistic and legal analysis of Internet communication. The relevance of this direction is due to the productivity of the legal-linguistic aspect of the description of speech behavior, which reflects the increased attention of linguists to issues at the intersection of language and law. Modern linguistics is characterized by increased attention to the manifestation of conflict at different levels. The main object of study in this area is the communicative conflict—a clash based on verbal aggression. The subject of the study is speech and legal violations related to the personality of the President of the Russian Federation. Based on the comments posted on the open access Internet sites "Tik Tok" and "Instagram", examples of verbal aggression directed at Vladimir Putin are given. The analysis made it possible to identify a nuclear group of linguistic problems that reflect the ratio of a language sign and a specific article of the law: protection of honor, dignity and business reputation, insult to a representative of the government, slander and threat. The results of the analysis illustrate, on the one hand, the high frequency in Internet communication of speech offenses against the President of Russia, on the other hand, the non-identical nature of linguistic and legal violations in different social networks. Observation of the material and its description allows us to raise the question of the weak control of Internet resources for the speech insult of a particular subject.

**Key words:** communicative conflict, legal linguistics, linguistic and legal violations, linguistic system, Internet communication.

Изучение агрессивных состояний человека в различных сферах жизнедеятельности является одной из актуальных задач современной лингвистики. Речевая агрессия, под которой понимается «использование языковых средств для выражения неприязни,

*враждебности, манеры речи, оскорбляющая чье-либо самолюбие, достоинство»* [1, с. 340-343] является объектом пристального внимания многих лингвистов.

Настоящая статья представляет собой исследование речевой агрессии в юрислингвистическом аспекте. Выделенное направление предполагает рассмотрение вопросов, находящихся на пересечении языка и права: возможность причинения вреда посредством высказывания суждений, содержащих информацию компрометирующего характера, а также иные сведения, негативным образом влияющие на социально-правовой статус лица, в отношении которого они высказываются [2].

Лингвоправовой конфликт определяется на основании содержательного критерия как аксиологический – конфликт ценностей и норм – при нарушении (настоящем или мнимом) некоторой правовой нормы как речеповеденческой. При таком подходе эксплицитными показателями речевой агрессии выступают стилистически маркированные языковые и речевые средства: экспрессивно-окрашенная лексика, инвектива, грубо-просторечные слова и словосочетания, использование жаргонных языковых единиц и т.д.

Высокая частотность лингвоправовых конфликтов как проявление речевой агрессии во многом обусловлена широким функционированием интернет-коммуникации. Социальные сети сегодня становятся площадками для обсуждения различных событий, личностей, особенно, политических деятелей, например, в форме интернет-комментариев. Подобные тексты характеризуются той или иной степенью речевой агрессии, которая, с одной стороны, выступает как стратегическая линия речевого поведения, а с другой стороны, становится способом эмоциональной разрядки и самовыражения. При юрислингвистическом анализе следует учитывать, что интернет-комментарии принадлежат рядовым носителям языка, которые в условиях анонимности и свободы общения могут надевать маски и не только активно проявлять свой творческий потенциал, но и демонстрировать свои политические взгляды, симпатии, антипатии.

Одними из самых обсуждаемых вопросов в интернет-коммуникации являются вопросы, связанные с темой политики. В связи с этим в сети публикуется множество постов о президенте РФ Владимире Владимировиче Путине. Наше общество условно делится на несколько лагерей: «против» и «за» политики, осуществляемой президентом, и его личности. Подобное расслоение приводит к появлению большого количества интернет-комментариев, выражающих не только положительные отзывы, но и агрессивно-негативные, включающие в себя и злопожелания со скрытой формой угрозы.

Для подтверждения данного положения приведем анализ популярных интернет-площадок «Instagram» и «Tik Tok», направленный на выделение лингвоправовых нарушений, связанных с личностью президента РФ.

Как показали результаты анализа, самыми частотными нарушениями в выделенном направлении являются речевые высказывания, нарушающие следующие статьи закона:

- гражданские дела о защите чести, достоинства и деловой репутации (*статьи 151, 152 ГК РФ*);
- уголовные дела по оскорблению представителя власти (*статья 319 УК РФ*);
- уголовные дела по обвинению в клевете (*статьи 129, 298 УК РФ*);
- уголовные дела по спорным речевым произведениям в связи с преступлениями, в основной состав которых входит угроза (*статьи 110, 119, 163 УК РФ и др.*).

Юридизация элементов языка в силу необходимости квалификации состава преступления, т.е. «подведения» их к определенной статье закона, вслед за Н.Д. Голевым, называется *лингвоюридема* [3]. Проиллюстрируем выделенные лингвоюридемы в анализируемых социальных сетях.

## **ТИК ТОК**

**1. Защита чести, достоинства и деловой репутации:** «*Вот именно, как можно быть против лицемерного вора, люди очнитесь...*» (@about\_mem); «*Бандит и убийца*»

(@moscviovaviorica); «Он уже тогда был **взяточником. Врёт всю свою жизнь...**» (@good\_night\_light); «Путин **фигов вор и коррупционер. Он наворовал!**» (@kirilenko\_official); «Путина-**бандита** в отставку вместе с правительством!» (@user9514485841333); «Лол) А то, что он **ворует с 90-х? Он встал на пост президента, чтобы решать вопросы своих коллег-бандитов, которые сейчас работают**» (@bar1staa).

2. **Оскорбление: «Собака сутулая»** (@msin1504); «**Мразь еб\*\*\***» (@alexey353909); «**X\*\* старая**» (@patricya\_2021).

3. **Клевета: «Я тоже могу грабить людей, разрешать стрелять по ним. А потом взять в руки собаку и её поцеловать. Вот я добрая буду»** (@ddad31); «А как можно быть за **вора? который гребёт денег себе и своей шайке, когда каждый день умирают люди, дети, потому что нет денег и действий**» (@delena.epp); «Он уже тогда был **взяточником. Врёт всю свою жизнь...**» (@good\_night\_light); «Он всегда **воровал**» (@a\_tebe\_skazy).

## INSTAGRAM

1. **Оскорбление: «Бункерская крыса уже прочно вошла в историю, как самый позорный правитель за 300 лет...»** (@300info); «**Крыса мразотная**» (@atheosrus); «**Дебил**» (@zainab40353 и @tatadeyn); «**Лживое трепло**» (@vladimir\_vladimirus); «**Кусок говна поганова**» (@aleksandr\_669); «**Моль ёб\*\*\*\***» (@misha\_gonchar); «**Паскуда плешивая бездарная**» (@atheosrus); «**Редкостный г\*\*дон**» (@oleg\_v1955); «**Серая гнидливая мышь**» (@ne90r0); «**Моль пид\*\*\*\*на**» (@evgen555iy); «**Что за такая рожка пиз\*\*\*\*тивная старая**» (@danzanoff.1984); «**Гнать эту плешивую тварь поганой метлой**» (@salahaddin\_05)

2. **Клевета: «Вор и убийца** должен сидеть в тюрьме, а не баллотироваться на президента». (@sk19\_37) «**Владимир Путин убийца и террорист**» (@user006889120) «**100% убийца, руки в крови, идол**» (@user9621405061464).

1. 3. **Угроза.** К данной группе были отнесены комментарии, выражающие злопожелания, которые, на наш взгляд, пересекаются со скрытой формой выражения угрозы: «**Скорее бы оно уже скопытилось и на пост взойшёл нормальный президент по результатам честных выборов**» (@aliterra); «**Когда же ты на\*\*\*разобьёшься**» (@mickeymoscow); «**Жаль, что его не сбили тогда**» (@pointan78); «**Пусть Путин в аду горит**» (@atheosrus); «**Когда он уже сдохнет и черви его будут жрать**» (@marchuk88); «**Его не в 90, а при зачатии нужно было об зановески вытереть**» (@sula.44); «**Что стоило тогда застрелить эту тварь**» (@dervandag); «**Да чтоб он сдох на выборах**» (@babashev.s)

Как видно из приведённых примеров, в интернет-сети «Тik Tok» преобладают лингвоюридемы «Защита чести, достоинства и деловой репутации» и «Клевета». В свою очередь в «Instagram» доминируют речевые правонарушения, связанные с оскорблением и угрозой. Как представляется, подобная закономерность может быть объяснена формально-структурными признаками организации интернет-площадок: «Тik Tok» в большей степени ориентирован на визуализацию в виде трансляции коротких сюжетов, что ограничивает вербальное выражение интернет-комментаторов. В свою очередь «Instagram» предполагает большее выражение отношения пользователей к обсуждаемому явлению.

В целом же проведённый анализ иллюстрирует достаточно высокую частоту встречаемости речевых правонарушений, связанных с личностью президента РФ. Подобное положение может быть объяснено целым комплексом собственно языковых и экстралингвистических факторов: свобода слова, демократизация языка, социальная нестабильность и напряжённость, политическое расслоение и т.д. Помимо этого, немаловажной причиной представляется слабый лингвоправовой контроль интернет-коммуникации на предмет речевого оскорбления конкретного субъекта.

**Литература и источники:**

1. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Под ред. М.Н. Кожинной. – М.: Флинта: Наука, 2003. - С.340 – 343
2. Ромашов Р. А Лингвистические аспекты юридической конфликтологии // Юрислингвистика – 7. Русский язык и современное российское право. – Барнаул, 2007. №8. – С.55-57
3. Голев Н.Д. Юридизация языковых конфликтов как основание их типологии // Юрислингвистика-9: Истина в языке и праве: Межвузовский сборник научных трудов / под ред. Н.Д. Голева. – Кемерово; Барнаул: Изд-во Алт. Ун-та, 2008. – С. 136-155.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Новгородова Е.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

**УДК 81'42**

## **КОРРЕЛЯЦИЯ ЗАГОЛОВКОВ И ПОДЗАГОЛОВКОВ СМИ: ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**

*Дель Н.И.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[delnikol@mail.ru](mailto:delnikol@mail.ru)

Актуальность выбранной темы обусловлена множественностью и вариативностью интерпретаций заголовков и подзаголовков средств массовой информации. Также актуальность обусловлена антропоцентризмом современной лингвистики, поскольку язык рассматривается исключительно во взаимодействии с человеком. Помимо этого, стоит добавить, что актуальность определяется текстоцентризмом современной лингвистики, так как пристальное внимание современных лингвистов направлено конкретно на тексты. Одним из направлений современной лингвистики является лингвистический интерпретационизм, который рассматривает деятельность адресата как самостоятельный, независимый и креативный процесс, направленный на интерпретацию текстов адресатом, в том числе заглавий и подзаголовков речевых произведений. Проблематика исследования заключается в том, что в современных СМИ заголовки и подзаголовки текстов имеют разноплановый характер как по отношению друг к другу, так и по отношению к последующему содержанию публикации. Материалом нашего исследования являются новостные публикации, извлеченные из средств массовой информации: «VSE42», «Сибдепо». Исследование выполнено с применением таких методов, как метод лингвистического описания и контент-анализ. В статье доказывается, что, как правило, заглавие не коррелирует с подзаголовком. Это объясняется фактором реализации интенции автора публикации.

**Ключевые слова:** СМИ, заглавие, подзаголовок, адресант, вариативность, корреляция.

## **CORRELATION OF MEDIA HEADLINES AND SUBTITLES: LINGUOPRAGMATIC ANALYSIS**

*Del N.I.*

Kemerovo State University

the summary: The relevance of the chosen topic is due to the multiplicity and variability of interpretations of headings and subheadings of the media. Also, the relevance is due to the anthropocentrism of modern linguistics, since language is considered exclusively in interaction with a person. In addition, it should be added that relevance is determined by the

textocentrism of modern linguistics, since the close attention of modern linguists is directed specifically to texts. One of the areas of modern linguistics is linguistic interpretationism, which considers the activity of the addressee as an independent, independent and creative process aimed at interpreting the texts of the address, including the titles and subtitles of speech works. The problematic of the research lies in the fact that in modern media the headings and subheadings of texts have a diverse character both in relation to each other and in relation to the subsequent content of the publication. The material of our research is news publications extracted from the media: "VSE42", "Sibdepo". The research was carried out using such methods as the method of linguistic description and content analysis. The article proves that, as a rule, the title does not correlate with the subtitle. This is due to the factor of implementation of the author's intentions of the publication.

keywords: Media, titles, subheadings, addressee, variability, correlation.

Задачей настоящей статьи является выявление коррелирующего фактора заголовков и подзаголовков текстов СМИ.

«Заголовок, или, иначе говоря, заглавие – это ведущее книгу словосочетание, выдаваемое автором за главное книги» [1]. Иное определение мы можем найти в малом академическом словаре: «Заголовок – это строка, содержащая название последующего текста и оформленная для привлечения внимания» [2]. «Подзаголовок – дополнительный, второй заголовок (обычно располагающийся под основным)» [3].

В настоящее время средства массовой информации (СМИ) прибегают к использованию различных средств и техник с той целью, чтобы модернизировать заголовок и последующий за ним подзаголовок.

Следует отметить основные функции заголовков. Г. О. Винокур подчеркивает три основные функции: обозначающую, указательную и рекламную [4, с. 492]. В. А. Вомперский говорит об основных четырех функциях заглавия: коммуникативной, воздействующей, графически выделительной и экспрессивной [5, с. 82-85]. Вслед за Г. О. Винокуром, В. Г. Костомаров выделяет рекламную и указательно-назывную функции заголовков [6, с. 259]. В. С. Мужев утверждает, что заголовок имеет пять основных функций: 1) номинативную; 2) информационную; 3) экспрессивно-апеллятивную; 4) рекламную; 5) разделительную [7, с. 86-94]. С. П. Суворов рассматривает следующие функции заголовков: 1) отделить одно сообщение или один материал от другого; 2) привлечь внимание к материалу; 3) кратко изложить основное содержание материала; 4) вызвать интерес у адресата; 5) оказать на него эмоциональное влияние [8, с. 193]. Лингвист З. М. Тураева указывает на три основные функции: 1) номинативную, 2) информационную, 3) рекламную [9, с. 127]. Также следует сказать об основных функциях подзаголовков. Поскольку заголовок выполняет передовую роль в СМИ, то подзаголовок носит лишь второстепенный характер, следовательно, мы можем выделить две основные функции: 1) смысловое разделение и 2) визуализация.

В научной литературе представлены различные типологии современных заголовков. Например, М.И. Шостак предлагает следующую классификацию заголовков СМИ и приёмы их различения: 1) заголовок — хроника; 2) заголовок — «бегущая строка»; 3) заголовок — резюме (или комментирующий заголовок); 4) заголовок — цитата; 5) заголовок — интрига или сенсация; 6) заголовок — лозунг, призыв, обращение [10, с. 62]. Иная классификация заголовков наблюдается в статье А. В. Колесниченко. По форме заголовки делятся на номинативные и предикативные. Номинативный заголовок – это неполное предложение или фраза, состоящая из двух существительных или существительного и прилагательного. Номинативный заголовок выражает оценочное отношение и сопровождается подзаголовком – распространенным предложением, которое излагает его суть. Предикативный заголовок – это, наоборот, цельное и полное предложение. Предикативный заголовок может как содержать подзаголовок, так и выступать самостоятельно. Обычно он присутствует в коротких новостях, а

номинативный – в крупных материалах [11, с 192]. Мы также выделим основные типы подзаголовков: 1) дедукция; 2) индукция; 3) противопоставление; 4) переходящий.

Рассмотрим в лингвопрагматическом аспекте характер корреляции заглавия и подзаголовка. Например, заголовок *Отряд священников готовят к отправке в «ковидарию» Кузбасса*. Под главным заглавием, на которое обращают внимание читатели, мы видим маленький подзаголовок *Пока что набирают добровольцев*. Стоит сказать, что подзаголовок должен взаимодействовать с заголовком, он должен «подхватывать» и развивать мысль. Цель правильно сформированного подзаголовка: дополнять заголовок, чтобы читатели могли быстро понять содержание новости. Но, в данном случае, можно утверждать, что заголовок является ложным, он не связан с подзаголовком, и его цель - привлечь внимание читателя. Вся главная и правдивая информация содержится в подзаголовке. Также можно отметить противоречивость заголовка и подзаголовка, так как основной информацией является то, что *«отряд священников ГОТОВЯТ К ОТПРАВКЕ в «ковидарию Кузбасса»*, но уже ниже суть новостной публикации кардинально меняется. При написании заголовка автор не акцентирует внимание читателей на информационной составляющей заглавия. Его коммуникативные намерения заключаются в привлечении внимания. Коммуникативная интенция автора состоит в том, чтобы читатели задались вопросами: почему именно священники? Неужели эпицентр заболевания – религиозные учреждения? Данные вопросы побуждают прочесть последующий текст.

*«В Кузбассе не будут превращать ТРЦ в «ковидарию»*. Ниже представлен подзаголовок: *«Так уже сделали в других регионах Сибири»*, который соответствует, дополняет и развивает мысль заглавия. В подзаголовке кроется вспомогательная информация, которая способствует восприятию новости в целом: читатели могут не переживать на тот счет, что информация окажется ложной, ведь после прочтения подзаголовка можно понять, что в других городах ТРЦ закрывать не стали, следовательно, в Кузбассе тоже этого не случится. Таким образом, мы не можем усомниться в достоверности новостной информации. Идея автора заключалась в создании интриги. После прочтения заголовка читатель должен воспринять информацию как шокирующую, и его сознание спроектирует обратный вопрос: неужели ТРЦ в Кузбассе могли послужить в качестве места для больных коронавирусом? Чтобы развеять возникший вопрос, читатель прочтет данный текст.

*«Возможно, мы обрадуемся гриппу»: прогноз Роспотребнадзора Кузбасса на Новый год*». Достаточно «кричащее» заглавие: *«Возможно, мы обрадуемся гриппу»*. Стоит сказать, что, с одной точки зрения, подзаголовок соответствует названию новостной публикации: *«Про рост заболеваемости коронавирусом, «новогодние» ограничения и о продлении каникул в школах»*. Мы можем отметить, что заголовок носит пояснительный характер: заглавие сформулировано не совсем точно и понятно для сознания читателя, но в подзаголовке можно прочесть те конкретные проблемы, которые будут освещены в тексте, а именно: коронавирус, «новогодние» ограничения и школьные каникулы. Но, с другой стороны, заголовок не коррелирует с подзаголовком по той причине, что цель автора ввести в заблуждение читателей и спроектировать в их сознании вопрос: *«Как можно обрадоваться гриппу?»* Безусловно, чтобы ответить на этот противоречивый вопрос, адресаты захотят прочитать статью. Интенция автора заключается в том, чтобы заинтересовать читателей с помощью противоречивого заголовка. Несмотря на то, что заголовок и подзаголовок несут разнохарактерный смысл, они соотносятся друг с другом, поскольку подзаголовок отвечает на мнимый вопрос читателя, который появляется после прочтения заголовка.

*«В ГУМе у вакцины»*. Заголовок достаточно короткий и не доносит до аудитории достаточное количество информации, чтобы можно было догадаться, о чем речь. В принципе, стоит сказать, о построении заголовка – оно кажется странным и непонятным, пока читатель не прочитает дальнейшую информацию. «ГУМ» и «вакцина» - на первый взгляд, оба эти слова не могут иметь общее значение и носить единую информацию. Подзаголовок раскрывает смысл заглавия: *«На Красной площади*

*заработал первый мобильный прививочный пункт*». Тем не менее, заголовок не коррелирует с подзаголовком. Информация, которая содержится после заглавия, носит пояснительный характер. Интенция автора заключалась в создании логически слабого заголовка, чтобы побудить читателя прочитать последующую информацию. А адресат непременно проявит любознательность, поскольку в заглавии идет речь о важных на то время событиях: «коронавирус» и «вакцина». После прочтения подзаголовка у адресата рассеивается эффект «обманутого» ожидания. Читатель формирует в сознании ту информацию, которая соответствует материалу.

Проанализировав четыре новостные публикации, подчеркнем, что в трех из них заголовки не коррелируют с подзаголовками. Поскольку коммуникативная интенция автора заключается в том, чтобы ввести его в заблуждение читателя.

Таким образом, в данной статье освещены как теоретические аспекты, так и раскрыта практическая составляющая статьи. Теоретическая часть состоит из раскрытия понятия заглавия и подзаголовка, их функциональной значимости, а также из описания их современных типологий. Практическая часть состоит из того, насколько коррелируют или не коррелируют между собой основные единицы СМИ.

### **Литература и источники**

1. Словарь литературоведческих терминов / автор-сост. С. П. Белокурова. – СПб.: Паритет, 2006. – 314 с.
2. Словарь русского языка / автор-сост. А. П. Евгеньева. – М.: Русский язык, 1999.
3. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. Т. Ф. Ефремова. – М.: Русский язык, 2000. – 862 с.
4. Винокур, Г. О. Избранные работы по русскому языку / Г. О. Винокур. - М.: Учпедгиз, 1959. - 492 с.
5. Вомперский, В. П. К изучению синтаксических структуры газетного заголовка / В. П. Вомперский // Искусство публицистики: пробл. теор. и практ. - Алма-Ата: «Казахстан», 1966. – 82-85 с.
6. Костомаров, В. Г. Русский язык на газетной полосе: Некоторые особенности языка соврем. газетной публицистики / В. Г. Костомаров. – М.: Изд-во Московского ун-та, 1971. – 269 с.
7. Мужев, В. С. О функциях заголовков / В. С. Мужев // Ученые записки МГПИИЯ им. М. Тореца. – Вопросы романно-германской филологии. – М.: МГПИИЯ, 1980. – Вып. 55. – 86-94 с.
8. Суворов, С. П. Особенности стиля английских газетных заголовков / С. П. Суворов. – М.: Мысль, 1965. – 193 с.
9. Тураева, З. М. Лингвистика текста / З. М. Тураева. – М.: Просвещение, 1986. – 127 с.
10. Шостак, М. Сочиняем заголовки / М. Шостак // «Журналист». - М.: ТОО «Гедальф», 1998. - №3.
11. Колесниченко, А. В. Практическая журналистика: учебное пособие / А. В. Колесниченко. – М.: Изд-во Московского ун-та, 2008. – 192 с.

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

**УДК 81'42**

### **РАСПРОСТРАНЕНИЕ ФЕЙКОВЫХ НОВОСТЕЙ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ**

*Кемерова А. Э*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

В статье обсуждается проблема установления факторов, детерминирующих распространение и функционирование фейкового контента в социальных сетях. Раскрывается понятие фейков и фейковых новостей. Устанавливаются маркеры фейковых новостей. Материалом исследования являются фейки, взятые из New York Times. Рассмотрены критерии достоверности и причины появления данного явления.

**Ключевые слова:** фейк, фейковые новости, медиапространство, постправа, медиа, маркеры фейков.

## SPREADING FAKE NEWS IN THE MODERN MEDIA SPACE

*Kemerova A. E.*

Kemerovo State University

The article discusses the problem of determining the factors that determine the distribution and functioning of fake content in social networks. The concept of fakes and fake news is revealed. Fake news markers are installed. The material of the study is fakes taken from the New York Times. The criteria of reliability and the reasons for the appearance of this phenomenon are considered.

**Keywords:** fake. fake news, media space, post-truth, media, fake markers.

В 2016 году в Оксфордском словаре объявлено слово года — это «постправа», которое определяется как «относящееся к обстоятельствам или обозначающее обстоятельства, в которых объективные факты оказывают меньшее влияние на формирование общественного мнения, чем апелляции к эмоциям и личным убеждениям» [1].

«Эпоха постправды» связана с такими масштабными событиями, как выборы Д. Трампа в Америке в 2016 году [2, с. 131], присоединение Крыма к Российской Федерации в 2014 году и другими политическими явлениями.

«Постправа» отличается от схожих понятий (стереотипы, ложная информация, «фейки», «вбросы») тем, что создается только в политической среде, как «политически удобная права», соответствующая политическим интересам тех или иных акторов, порождается виртуальной средой, живущей по своим законам, в некоторой степени отличным от законов реальности». Одно из главных черт постправды является исчезновение среди огромного количества «фейков» правдивых новостей [3, с. 45].

В связи с «эпохой постправды» в большом количестве в медиапространстве стали появляться фейки.

Фейк (англ. fake /fek/) — подделка, фальсификация, обман; как правило, используется для определения изменённых (приукрашенных, искажённых) с помощью специальных программ-редакторов оригинальных цифровых фото или видео файлов [4]. Но данное слово еще не нашло отражение в толковых словарях русского литературного языка. Но несмотря на это слово адаптировалось к грамматической системе [5, с. 110]. Оно склоняется по падежам, имеет прилагательное «фейковый» и уже устойчивое в современном медиапространстве сочетание «фейковые новости», «фейк-нюс» или «FAKE NEWS».

«Фейковые новости — это медиапродукты в формате новостной журналистики, но с неопределённым истинностным значением, которые конструируются влиятельными акторами и распространяются влиятельными медиа-агентами для достижения политических или коммерческих целей, легитимируются авторитетными новостными медиа и воспринимаются целевыми группами как достоверные новости из надежных источников» [6, с. 55].

«Новости» являются одним из самых популярных запросов в поисковой системе «Яндекс». По результатам статистики, в месяц люди интересовались новостями 34 938 301 раз [7]. И это число будет расти. Открыв любой сайт, социальную сеть, мы,

несомненно, столкнемся с новостями в связи с напряженными политическими событиями, пандемией. Среди этого всего достоверная информация теряется, на ее место встают ложные новости с яркими сенсационными заголовками.

Встает вопрос о достоверности информации. Фейки до 2014 года существовали как некие редкие примеры безответственной и непрофессиональной работы журналистов и медиа, сейчас приобрели иной статус. «Они трансформировались едва ли не в доминирующий формат пропаганды и контрпропаганды». В медиасфере фейк оказался в востребованности [8].

Критерии достоверности традиционны и просты. Для начала любую информацию в оперативном порядке перепроверяют в других источниках. Стоит отметить, что у фейковой информации есть один признак. Он заключается в том, что фейк выявляет сам себя довольно быстро – от 1-2 часов до одних суток. Следовательно, обнаружить подобную ложь легко, если обязательно проверять и перепроверять. Одним из факторов является также канал коммуникации, с помощью которого информация поступила. А главное учитывать время и место появления фейковой новости [8].

Фейки как явление существуют давно, но говорить о них стали последние 5 лет. Это связано с такими факторами:

1. общедоступность Интернета. В связи с доступом в Интернет люди могут получать информации с каждого уголка планеты;
2. стремительные изменения в работе СМИ. Быстрая публикация новостей и реклама. Сейчас для сайтов очень важен большой охват посещаемости;
3. современное восприятие информации. Мы менее склонны критично оценивать фейки, перестали быть бдительными и перепроверять информацию;
4. политическая диверсификация СМИ. Многие СМИ часто представляют новости в более угодном свете для политиков [9, с. 165-166].

К причинам популярности и актуальности фейковых новостей относится то, что люди им верят. Во-первых, из-за приверженности к стереотипам. Человеку проще мыслить в уже сформированных обществом границах и рамках. Еще одним фактором является необразованность. Люди становятся менее склонны проверять информацию [10, с. 498-499].

Придя к выводу, мы можем сказать, что распространение фейковых новостей и их популярность будут продолжать расти из-за многочисленных причин, в том числе из-за человеческой природы, так как люди не склонны перепроверять информацию, благодаря чему происходит продвижение по социальным сетям и новостным страницам.

Рассмотрим фейковые новости, в которых цель публикации — это манипуляция людьми с целью вызвать у людей эмоции или призвать к определенному действию.

*«Россия отвергает призывы к расследованию отравления Навального».* *«Г-н Песков отметил, что немецкие врачи не смогли идентифицировать конкретный токсин. “Вещества нет”, - сказал он. «К сожалению, его нельзя найти, и анализы этого не показывают»*

[<https://www.nytimes.com/2020/08/25/world/europe/russia-navalny-poisoning.html?searchResultPosition=109>]. В данной новости мы видим вырванные из контекста цитаты политического лица. В заголовке написано, что Россия не расследует дело, но уже в цитате мы видим слова, подтверждающие, что Россия проводила исследования, есть анализы. Просто из цитаты это убрали. Такая публикация впоследствии может вызвать недоверие к политическим лицам, а также агрессию на Россию за то, что страна не прислушивается к другим странам.

Еще один пример фейка: *«Иран и Россия стремятся повлиять на выборы в последние дни, предупреждают американские чиновники»* [<https://www.nytimes.com/2020/10/21/us/politics/iran-russia-election-interference.html?searchResultPosition=9>]. Мы видим, что данная новость является актуальной для читателя, поэтому автор статьи использует это, чтобы охватить большую аудиторию, при этом не упоминая имен чиновников, т. е., как мы видим, появляется один из маркеров фейковых новостей — это анонимная атрибуция. А также

новость направлена на экстраполяцию геополитической ситуации. Статья вызовет у общества агрессию на страны из-за влияния на выборы.

На приведенных выше примерах, мы показали, что отличить фейк от правдивой новости не сложно. Фейки распространяться будут, но люди должны перепроверять всю информацию, даже с известных, популярных сайтов.

### **Литература и источники**

1. Word of the Year 2016 is... // English Oxford Living Dictionaries. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016> (дата обращения: 05.04.2020)

2. Бикбаев, А. И. Эпоха постправды в журналистике и ее роль в интерпретации фактов / А. И. Бикбаев // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2020. № 5-1 (44). С. 130-133.

3. Кетов, А. Р. Новые механизмы формирования общественного мнения: конфликтогенный потенциал политики постправды / А. Р. Кетов // Герценовские чтения – 2019: актуальные вопросы политического знания. Санкт-Петербург, 2020. С. 44-49.

4. Словарь компьютерных терминов. – Режим доступа: <https://computer.slovaronline.com/> (дата обращения: 06.04.2020)

5. Бурдикова, О. О., Наумова, Н. Г. О степени адаптации в русском языке иноязычного слова фейк / О. О. Бурдикова, Н. Г. Наумова // Общество. Наука. Инновации (НПК-2019). Сборник статей XIX Всероссийской научно-практической конференции: в 4-х томах. Вятский государственный университет. 2019. С. 105-113.

6. Пономарев, Н. Ф. Фейковые новости в информационной войне / Н. Ф. Пономарев // Филология в XXI веке. 2019. № 2. С 54-64.

7. <https://wordstat.yandex.ru/> (дата обращения: 07.04.2021)

8. Ильченко, С. Н. Фейк в практике электронных СМИ: критерии достоверности // Медиаскоп. 2016. Вып. 4. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2237> (дата обращения: 06.04.2021)

9. Петрова, А. А. Фейковые новости в аспекте лингвистической экспертизы / А. А. Петрова // Лингвополитическая персонология: дискурсивный поворот. Материалы международных научных конференций. Под ред. М. Б. Руженцевой. 2019. С. 165-169.

10. Ивлева, Е. Е. Феномен fake news в социальных сетях и медиа / Е. Е. Ивлева // Современная коммуникативистика: наука – практика – специальность. Всероссийская научно-практическая конференция. Отв. ред. Л. М. Гончарова. 2020. С. 495 – 510.

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

**УДК 81-114**

### **ИЗМЕРЕНИЕ СТЕПЕНИ СЛОЖНОСТИ ТЕКСТА ЗАКОНА С ПОМОЩЬЮ КОМПЬЮТЕРНЫХ ПРОГРАММ: К ПОСТАНОВКЕ ПРОБЛЕМЫ**

*Мельникова В. С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[melnikovavika2017@yandex.ru](mailto:melnikovavika2017@yandex.ru)

В данной статье поставлена проблема рассмотрения измерения сложности/простоты текста (в частности – юридического текста) с помощью компьютерных программ. Рассматриваются пять подходов определения простоты/сложности текста, а также проверяется 10 программ сравнения текстов на схожесть по 4 различным критериям. В

качестве переводящего устройства предлагается использовать программы машинного перевода с дальнейшим сопоставлением исходного варианта и варианта, полученного путем обратного машинного перевода. Анализ сходства предлагается проводить с использованием программы сравнения текста на схожесть «Majento». В статье представлены результаты исследования, целью которых является разработка и апробирование методики измерения простоты/сложности текста закона. Исследование показало, что перевод способен выявить вариативность переводческой интерпретации текста. Обратный перевод открыто демонстрирует вариативность интерпретации, тем самым он дает возможность сопоставления исходного текста и его двойного перевода.

**Ключевые слова:** юридический язык, сложность текста, программы сравнения текстов на схожесть.

## **MEASURING THE DEGREE OF DIFFICULTY OF THE TEXT OF THE LAW WITH THE HELP OF COMPUTER PROGRAMS: TO THE STATEMENT OF THE PROBLEM**

*Melnikova V.S.*

Kemerovo State University

This article poses the problem of considering the measurement of complexity / simplicity of the text (in particular, the legal text) using computer programs. Five approaches to determining the simplicity / complexity of a text are considered, and 10 programs for comparing texts are tested for similarity according to 4 different criteria. It is proposed to use machine translation programs as a translator, with further comparison of the original version and the version obtained by reverse machine translation. The analysis of similarity is proposed to be carried out using programs for comparing text for similarity "Majento" The article presents the results of a study, the purpose of which is to develop and test a methodology for measuring the simplicity / complexity of the text of a law. The study showed that translation is able to reveal the variability of the translation interpretation of the text. The reverse translation openly demonstrates the variability of interpretation, thereby making it possible to compare the original text and its double translation.

**Key words:** legal language, complexity of the text, programs for comparing texts for similarity.

В настоящий момент существует проблема измерения степени сложности текстов с помощью компьютерных программ, так как проверка текста «вручную» зачастую трудоёмка и энергозатратна [1]. Измерение сложности текста – теоретическая проблема и прикладная задача, важная для многих отраслей науки. Например, существует проблема измерения лёгкости чтения. Сложность юридических текстов будет частным случаем проблемы измерения текстов в данной статье. Длинные предложения, сложные лексические конструкции значительно затрудняют восприятие юридического текста, поэтому необходимо ввести требования к юридическому языку, содержащие положения о лаконичности текста [2]. Для объективного измерения сложности текста необходимо разработать программную реализацию метода, определяющего простоту/сложность текста, поэтому в данной статье стоит задача охарактеризовать существующие методы, подходы, способы к выявлению сложности текста с точки зрения автоматизации процесса, а также предложен оригинальный способ использования для оценки простоты/сложности юридического текста систем обратного машинного перевода и программ сравнения текстов на схожесть.

Сложность юридического языка как проблема юрислингвистики, её противоречивый характер, а также применяемые для её разрешения методы, необходимо учитывать при выборе методик для определения сложности/простоты юридического текста [3]. Юридический язык – вариант литературного языка, приспособленный для обслуживания сферы права. Представляет собой совокупность лексических,

грамматических, логических и иных способов передачи и оформления понятийного содержания права, и очень важно понимать, что востребовано адекватное толкование юридического языка. Видим противоречие: с одной стороны, юридический язык – язык профессионалов, который насыщен специальными терминами, абстрактен и громоздок, но, с другой стороны, право как система лежит в основе построения общества. Отсюда следует, что правильное толкование юридического языка всеми членами общества означает правильное функционирование общества в целом [3].

Мы выделили пять основных подходов к определению простоты/сложности текста: системный, вычислительный (алгоритмический), организационный (кибернетический), динамический, подход «колмогоровская сложность». Для всех перечисленных подходов характерен математический аппарат, который позволяет получить численные оценки сложности. Например, при системном подходе во внимание берётся число и разнообразие элементов, а именно связей между ними. Вычислительный подход зависит от размера вводных данных. Организационный подход ориентирован на идентификацию поведения системы: чем труднее идентификация текста, тем сложнее организация. Динамический подход подразумевает под собой изменения характеристик во времени, которые могут быть случайными. Подход «колмогоровской сложности» в основе опирается на объект: чем он сложнее, тем длиннее его формальное описание. Нами был проведён поиск информации в различных источниках на наличие программ анализа текстов на понятность (доступность). В итоге удалось найти лишь одну программу, которая позволяет выявлять оценку читабельности текста: *readability*. Перед нами возник ещё один вопрос: можно ли отождествлять такие термины, как читабельность и понятность. Для этого необходимо сравнить определение понятий. Под критерием понятности имеем в виду возможность определить смысл и делать акцент на целенаправленную ориентацию к адресату. В разряд информационных качеств текста включается логичность, связность, цельность, точность, ясность, понятность, доступность, то есть такие тексты должны содержать в себе предметно-логическую структуру объективной логики факта. Читабельность понимается как мера доступности для понимания письменного текста, определяемая анализом ряда факторов, включая синтаксическую сложность, лексику, выраженность темы, связность тем [1]. Таким образом, мы можем отождествить данные термины, то есть для определения понятия сложности текста существуют синонимы: удобочитаемость, трудность текста, читабельность, понятность, благозвучие, показывающие, насколько удобным для восприятия (смыслового, слухового, зрительного) является текст. Мы предпринимаем попытку объяснения возможности использования обратного машинного перевода для определения сложности юридического текста. Для этого требуется проверить пригодность данной методики для использования измерения сложности юридического текста.

Поиск оптимальных вариантов компьютерного измерения сложности тестов начнём с выявления технических возможностей обратного машинного перевода и программ сравнения текстов на схожесть. Обзор литературы показывает, что обратный машинный перевод подходит для измерения смыслового тождество/различия вариантов текста [2], [5]. Гипотеза: обратный машинный перевод является формой интерпретации текста человеком, который может быть индикатором качества понимания, доступности информации.

Нами было проанализировано 10 программ сравнения текстов на схожесть: «Текст.Нум2ворд», «Петер-Панда», «Шингл Эксперт», «Microsoft Word», «ПР-СИ», «П2Пи», «Онлайн калькулятор сравнения», «Сравнить 2 текста», «Cioх», «Majento». Сравнение программ происходило по 4 критериям: «Демонстрация процента на схожесть», «Показ изменений в тексте», «Описание принципов действий», «Актуальность программа для нашего исследования». В ходе анализа выявлено, что по всем критериям подходит лишь программа «Majento» [6], которую мы и выбрали для описания и программу сравнения текстов на схожесть материал. В качестве иллюстративного материала была выбрана статья 49 Таможенного кодекса ЕАЭС п. 4.

В первую очередь текст данного закона был переведён Яндекс-переводчиком на английский язык и обратно: «Тарифные преференции предоставляются в соответствии с Договором о Союзе и международными договорами Союза с третьей стороной, предусматривающими применение режима свободной торговли. Тарифные преференции восстанавливаются в случаях и на условиях, определяемых Комиссией». Далее произвели операцию выявления схожести/различий исходного текста и ОМП с английского языка через программу сравнения текстов на схожесть. Проверка показала, что тексты схожи на 14.3%. Исследование показало, что перевод способен выявить вариативность переводческой интерпретации текста. В анализируемом законе найдены следующие варианты: замена: «которые определяются» на причастие «определяемых». Выявление таких вариантов даёт возможность понять, как могут понимать тексты среднестатистические люди.

Оригинальная методика мониторингового этапа экспертизы, использующая перлокутивные возможности обратного машинного перевода, может быть отождествлена с интерпретацией текста рядовым (среднестатистическим) гражданином, читающим закон и вникающим в его смысл. Данная методика может помочь привести к качественным изменениям не только правовых текстов, но и текстов любой направленности.

### Литература и источники

2. Белов, С. А. Язык юридических документов: сложности понимания / С. А. Белов, В. Б. Гулида. – СПб: Acta linguistica petropolitana. Труды института лингвистических исследований, 2019. – № 15 – С. 56-103.

3. Голев, Н. Д. Источниковый потенциал обратного машинного перевода // Вестник Кыргызско-российского славянского университета.– 2018. – Вып. 1. – Т. 18. – С. 36 – 45.

4. Мельникова, В. С. «Обратный машинный перевод как перлокутивная экспертиза текста закона» // Материалы симпозиума в рамках XIV (XLVI) Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Образование, наука, инновации: вклад молодых исследователей». – 2019. – 398с.

5. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза. Статья 49, п. 4.

6. Башкатова, Ю. А. Обратный машинный перевод как способ измерения смыслового тождества / различия вариантов текста. // Современная парадигма анализа языка и межкультурной коммуникации и ее аппликативный потенциал в обучении родному и иностранным языкам. Материалы национальной научной конференции. –Барнаул, 2020. – С. 18-23.

7. Электронный ресурс: [http://www.majento.ru/index.php?page=seoanalyze%2Fsravnenie\_tekstov\_na\_shojest]. Дата обращения: 04.04.2021 г.

*Научный руководитель – д. ф. н., профессор Голев Н. Д., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

УДК 811.161.1

### АНАЛИЗ МЕТАФОР В ЗАГОЛОВКАХ КИТАЙСКИХ СМИ О РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ ЗАГОЛОВКОВ КИТАЙСКОЙ ГАЗЕТЫ «ЖЕНЬМИНЬЖИБАО»)

*Николаенок Ю.А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[Nikolayenok99@mail.ru](mailto:Nikolayenok99@mail.ru)

Данная работа посвящена теоретическим и практическим исследованиям в сфере медиакоммуникации. Особый интерес работы проявляется в рассмотрении применения

метафор не только в заголовках СМИ, но и в рассуждении о том, как метафоры в заголовках Китайских СМИ интерпретируют образ России. Объектом исследования является образ России. Предметом исследования — метафорическое изображение образа России в Китайской прессе. Актуальность исследования обусловлена тем, что в период поддержания социально-экономических отношений между разными странами, сфера медиакommunikации является важным компонентом создания крепких отношений между Россией и Китаем. Анализ метафор позволяет выявить культурно-лингвистические особенности Китайских СМИ.

**Ключевые слова:** СМИ, метафора, заголовки, образ России, пресса.

**ANALYSIS OF METAPHORS IN THE HEADLINES OF THE CHINESE MEDIA  
ABOUT RUSSIA  
(THE HEADLINES OF THE CHINESE NEWSPAPER "RENMINZHIBAO")**

*Nikolaenok Yu.A.*

Kemerovo State University

This paper is devoted to theoretical and practical research in the field of media communication. The particular interest of the work is manifested in the consideration of the use of metaphors not only in the headlines of the media, but also in the discussion of how the metaphors in the headlines of the Chinese media interpret the image of Russia. The object of the research is the image of Russia. The subject of research is the metaphorical image of the image of Russia in the Chinese press. The relevance of the study is due to the fact that during the period of maintaining socio-economic relations between different countries, the sphere of media communication is an important component of creating strong relations between Russia and China. Analysis of metaphors allows us to identify the cultural and linguistic features of the Chinese media.

**Key words:** mass media, metaphor, headlines, image of Russia, press.

Исследования, направленные на понимание культур и ценностей разных стран мира, связаны с изучением сфер медиакommunikации отдельных стран. В современных условиях СМИ являются основным источником получения разного рода информации о происходящих событиях в других странах. Такие исследования в первую очередь обусловлены необходимостью налаживания контакта между Россией и Китаем [1].

Метафора в современной прессе уже давно используется не только для более краткой формы передачи предложений и мыслей, но и для установления более близкого контакта с читателем условной газеты [2]. Сознание человека больше приспособлено к восприятию метафоры в предложении, чем к анализу публицистического заголовка на прилавке газетного киоска. Метафоры настолько влились в речь современного человека, что многие даже не замечают частотность их использования в повседневной жизни. СМИ для экономии времени, ресурса и бумаги часто вместо полного предложения и раскрытия темы в заголовке заменяют предложение метафорой, которая в свою очередь еще и помогает зацепить внимание потенциального читателя. Современные СМИ используют метафоры для запоминания текста, иногда острая метафора надолго останется в голове читателя и сформирует более точный образ.

Метафора является средством выражения мысли, с помощью которого в процессе мыслительной деятельности человека отражается, осмысливается и анализируется, картина окружающего мира. Таким образом, метафора — это инструмент, посредством которого изучается действительность. В текстах СМИ с помощью метафоры более полно раскрывается информация, публикуемая в тексте.

Далее на примере заголовков Китайской газеты «Женьминьжибао» [3] анализируются несколько предложений включающих в себя метафоры.

Рассматриваются 4 заголовка Китайской газеты, где используются метафоры при описании образа России.

### 1. «Может ли экономика России выйти из трясины?»

Данный заголовок уже говорит о том, что население Китая заинтересовано в благополучии экономики России. Обратим внимание на то, что заголовок построен в виде вопроса: «Может ли...?». То есть материал не только констатирует факт о состоянии экономики России, но и отвечает на вопрос, который волнует население Китая. В данном случае слово «трясина» несёт такой оттенок лексического значения, который сообщает о надежде на временные трудности: другими словами, трясина — это лишь ситуация, местность, временное пространство, которое можно преодолеть.

В данном заголовке с помощью вопроса выражается именно надежда и эмпатия к российской экономике, которая в некотором контексте необходима для Китая. В этом проявляется союзничество и сопоставление отношений Китая и России с отношениями Запада и РФ.

2. «"Холодный фронт" США движется против "теплых" японо-российских отношений».

В данном заголовке мы наблюдаем контрастное отношение к странам Запада и Востока. США предстаёт в виде «холодного» субъекта, который желает испортить отношения двух восточных стран. Лексические значения слов «тёплый» и «холодный» несут, соответственно, оттенок «позитивного» и «негативного», «хорошего» и «плохого».

Однако «холодный» может предстать не только как антоним к «тёплому», но и как характеристика субъекта: западная страна с точки зрения данного заголовка как бы а priori является «холодной», вне зависимости влияния на «теплые» отношения.

Примечательно, что противопоставление идёт по одному критерию, а субъекты самого противопоставления отличаются в принципе, но в данном контексте «объединяются»: США как единый субъект, японо-российские отношения являются в заголовке таким же единым субъектом (однако, это два разных государства). Таким образом, восточные страны как бы объединяются против одного государства.

В данном случае используется концепт «термометра», который в данном случае предстает в двойственном отношении. Можно предположить, что холодный фронт США станет «тёплым» только после смены курса политики.

3. «Комментарий: визит Дж. Керри в Россию — сигнал "сломать лёд" в отношениях РФ и США».

В данном заголовке мы можем проследить в какой-то степени сходство с предыдущим: США снова приобретает «холодный» оттенок. Однако в данном случае отношения между РФ и США характеризуются как «замёрзшие». В связи с предыдущим заголовком, можно предположить, что «лёд», который образовался между двумя государствами, появился из-за политики США.

Рассмотрим сочетание «сломать лёд» подробнее: метафорически отношения между США и РФ в данном заголовке характеризуются как не просто холодные, а «ледяные». То есть, чтобы исправить ситуации между двумя странами, недостаточно просто добавить «тепла» (лёд так просто не растает). Именно поэтому в заголовке употребляется слово «сломать», т.е. приложить множество усилий для урегулирования хороших отношений.

Именно в данном контексте Китай играет на контрасте: для отношений с США нужно приложить усилия, «сломать лёд», для отношений с Китаем «ломать» ничего не нужно. Это гармонично доказывают и подтверждают остальные заголовки СМИ.

В этом заголовке опять используется метафора «термометра». Однако, США предстаёт в «холодном» значении в двух ситуациях: метафорически, отношения «ледяные», т.к. политика США является «холодной» по отношению России и Китая.

4. «Шпионская деятельность между США и Россией: «запах» давно забытых времен Холодной войны».

В данном заголовке используется концепт «запаха», который отсылает к напряжённым отношениям между двумя странами в прошлом, и прогнозирует

повторение прошлого в настоящем, как бы доказывая, что «оттепели» в отношениях РФ и США ждать не стоит.

Также важно отметить об актуальности материала под данным заголовком: можно сделать вывод, что Китай интересуется отношениями двух стран, т.к. является «союзником» России. Соответственно, в данных ситуациях Китай ассоциируется, объединяется с Россией. «Запах» в данном случае предстаёт как ощущение, предчувствие: и это ощущение в первую очередь испытывает и сам Китай. Если речь идёт об урегулировании отношений США и РФ, то это «непробиваемый лёд», если о шпионской взаимной деятельности, то это запах прошлого, т.е. Холодной войны. Можно сделать вывод, что Холодная война в прошлом двух государств и «заморозила» их отношения: с тех пор будто ничего не изменилось. И Китай чувствует «запах» этого льда.

Таким образом, нередко в заголовках Россия и Китай предстают как союзники, как единый субъект, направленный, противопоставленный просто США. Метафора предстаёт как ассоциация по аналогии или по контрасту.

Однако если посмотреть на ситуацию с метафорой с другой точки зрения, то тезис о том, что Китай и РФ предстают как единый субъект может оказаться спорной. В заголовках нередко Китай предстаёт как страна, самоутверждающаяся за счет неудачных отношений РФ с США. Таким образом, союз Китая и РФ можно «разбить» на два субъекта, два государства. И заголовки об отношениях РФ с Западом подтекстом как бы сообщают читателям, что быть союзником с Китаем не просто выгодно, но и намного проще обеим странам.

Можно сделать вывод, что метафоры в заголовках выполняют несколько функций:

1. Характеризуют Россию;
2. Описывают отношения России с Западом;
3. Характеризуют Китай как наиболее предрасположенную к сотрудничеству с Россией страну (не прямо, но подтекстом);
4. Выражают надежду на экономику России, считая себя ее союзником.

Таким образом, метафоры в заголовках дают возможность обозначить отношения России с Китаем в позитивном ключе, однако заметно собственное самоутверждение Китая на фоне отношений РФ с западными странами.

Таким образом, заголовки имеют две точки зрения

1. Россия и Китай — один субъект, союз, который вместе строит отношения с Западом;
2. Россия и Китай — подтверждение союзничества: сотрудничество в разных сферах и т.д.

Итак, несмотря на выделенные две точки зрения, заголовки в китайских СМИ имеют позитивный или нейтральный характер по отношению к России. Играя на контрастах отношений России и Запада, Китай предстаёт идеальным вариантом для построения дружественных отношений.

Дальнейшее исследование имеет теоретический и практический интерес. Выполнение практического задания поможет сделать более подробные выводы о том, как метафоры в заголовках СМИ влияют на восприятие и представления об образе России за рубежом.

### **Литература и источники**

1. Трофимова Г. Н., Рязанова А. Ю. Основные предпосылки формирования имиджа России в Китае // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Вопросы образования: Языки и специальность. 2015. № 1. С. 60-64.
2. Афанасьева А.Р. Метафора в заголовках статей, как приём речевого воздействия // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. 2014. № 4 (30). 72-74 с.
3. Жэньмíнь жиба́о URL: Жэньмíнь жиба́о URL: <http://www.people.com.cn/> (дата обращения 02.05.2020).

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц., Оленев С.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

УДК 81'42

## **КОНФЛИКТОГЕННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСА**

*Рафикова Е. А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[katiarafikova@yandex.ru](mailto:katiarafikova@yandex.ru)

Данная статья посвящена рассмотрению проблемы конфликтогенности рекламного текста с лингвистической точки зрения. Рассмотрена интеракционная модель коммуникации, подразумевающая взаимодействие субъектов общения. Неоднозначность интерпретации рекламного текста адресатом порождает конфликтогенный потенциал рекламы. Проблематика исследования данного типа дискурса в аспекте лингвоконфликтологии обусловлена противоречием между нормативно-языковой организацией рекламного дискурса и юридическими последствиями его функционирования в социально-коммуникативном пространстве. На основе выполненного контент-анализа рекламного текста был установлен его конфликтогенный потенциал.

**Ключевые слова:** лингвоконфликтология, реклама, дискурс, конфликтоген, лингвоконфликтологический анализ, лингвоправовой конфликт.

## **THE CONFLICTOGENIC POTENTIAL OF ADVERTISING DISCOURSE**

*Rafikova E. A.*

Kemerovo State University

This article is devoted to the consideration of the problem of conflictogenicity of the advertising text from the linguistic point of view. An interactive communication model is considered, which implies the interaction of communication subjects. The ambiguity of the advertising text interpretation by the addressee generates the conflictogenic potential of the advertisement. The problems of the study of the advertising text in the framework of linguistic conflict are caused by the contradiction between the normative and linguistic organization of the advertising discourse and the legal consequences of its functioning in the social and communicative space. On the basis of the conducted linguistic expertise and analysis of its results, the conflict potential of the advertising text was established.

**Key words:** linguoconflictology, advertising, discourse, conflictogen, linguo-conflictological analysis, linguo-legal conflict.

В русле современных коммуникативно-прагматических исследований значимым представляется лингвоконфликтологическое изучение рекламного текста. В современном мире реклама является важнейшим инструментом рынка товаров и услуг, образуя при этом особое коммуникативное пространство. Современная реклама напрямую связана с массовым сознанием потребителей, что обуславливает ее главную функцию – воздействующую. Глобализация, активное развитие средств массовой информации, многообразие рынка потребительских товаров, совершенствование техник PR и маркетинга заставляют рекламу быть конкурентоспособной. Вследствие этого рекламодатели используют различные техники воздействия на сознание потребителя, в частности, манипулятивные. Манипулятивный потенциал текста реализует интенции автора рекламы, не всегда совпадающие с интенциями адресата. Неоднозначность интерпретации рекламного текста порождает конфликтогенный потенциал рекламы. Таким образом, креолизованный рекламный текст нередко

становится предметом конфликта интересов, превращается в «спорный рекламный продукт», который выносится на общественное обсуждение» [1].

Функционирование рекламы регулируется рядом документов законодательного и этического характера, тем не менее рекламодатели в погоне за вниманием потребителей и коммерческой выгодой часто нарушают соответствующие положения федерального закона и этических кодексов. Такие речевые произведения попадают под внимание лингвоконфликтологии и рассматриваются «в аспекте развертывания возможного речевого конфликта» [2]. Предлагаемое исследование рекламного текста выполнено в лингвоинтерпретационном аспекте и соотносится с лингвистикой лжи, представляя развитие ранее выполненных нами исследований рекламы [3].

**Задачей** данной статьи является установление конфликтогенного потенциала рекламного текста как носителя недостоверной информации в лингвоконфликтологическом аспекте посредством обнаружения в нем лингвосемиотических показателей запрещенных в рекламе приемов [4].

Докажем данные положения на материале рекламного текста «KetoBiotic»:

### **КЕТОВИОТИС - РЕВОЛЮЦИОННЫЙ СПОСОБ ПОХУДЕНИЯ НА ОСНОВЕ КЕТОГЕННОЙ ДИЕТЫ!**

**Запуск активного жиросжигания сразу после приема! Борется с самым «вредным» жиром – висцеральным!**

**До 10 кг похудения в месяц без диет и нагрузок! Мировой хит в области диетологии!**

**Основное преимущество KetoBiotic – вес уходит сам по себе при регулярном приеме натурального комплекса. KetoBiotic безопасно активизирует естественные процессы жиросжигания в организме человека. Многие из тех, кто похудел с помощью KetoBiotic, не могли похудеть годами!**

**Ведущие диетологи мира уже назвали KetoBiotic спасением человечества от лишнего веса. Сейчас на него возлагаются самые большие надежды, и комплекс уже вошел в Государственные программы по похудению в таких странах, как США, Канада, Франция, Дания. Это не обычный БАД, а настоящее лекарство от лишнего веса!**

**Скидка при заказе курса 990 руб, получите KetoBiotic за 0 руб.**

Данный текст является объектом лингвистической экспертизы, цель которой – определить его конфликтогенный потенциал. Для этого была проведена **лингвопрагматическая характеристика** рекламного текста. Иллокуция отражает коммуникативную интенцию автора, заключающуюся в привлечении внимания адресата к новому продукту для похудения. Для реализации данной цели автор рекламного текста использовал рациональную стратегию при создании текста: приведены доводы и аргументы, воздействующие на разум адресата (*KetoBiotic безопасно активизирует естественные процессы жиросжигания, ведущие диетологи мира уже назвали KetoBiotic спасением человечества, комплекс уже вошел в Государственные программы по похудению* и т.д.); указана прагматическая выгода для адресата (*скидка при заказе курса 990 руб, получите KetoBiotic за 0 руб.*); использована нумеративная лексика (*до 10 кг похудения в месяц*). В данном тексте воздействие на адресата реализуется на всех уровнях; текст продуман и структурирован. Эмоциональная стратегия направлена на эмоции адресата и достигается за счет фатики (*мировой хит, спасение человечества, настоящее лекарство от лишнего веса*). На

стилистическом уровне эмоциональное воздействие медиатекстов было реализовано, прежде всего, с помощью:

- метафор: *назвали KetoBiotic спасением человечества, настоящее лекарство от лишнего веса;*

- восклицательных предложений: *До 10 кг похудения в месяц без диет и нагрузок!; Мировой хит в области диетологии!*

Данный текст содержит явные признаки содержания недостоверной информации и манипулятивных стратегий, что обуславливает его конфликтогенный потенциал:

- употребление рекламных **штампов** (*Ведущие диетологи мира уже назвали; мировой хит в области; скидка при заказе*);
- содержание текста вследствие насыщенности **терминологией** не вполне раскрыто для адресата, не знакомого с данной сферой (*кетогенная диета, висцеральный, БАД*);
- **экономический мотив** за счет указания точной суммы заработной платы (*Скидка при заказе курса 990 руб, получите KetoBiotic за 0 руб.*).
- **аксиологизация ложного высказывания:** *Это не обычный БАД, а настоящее лекарство от лишнего веса!*
- использование речевых клише с указанием на **источник информации:** *Ведущие диетологи мира уже назвали KetoBiotic спасением человечества от лишнего веса.*

Текст имеет явные признаки ложного дискурса и содержит манипулятивный потенциал. Указанные характеристики оказывают воздействие на адресата и детерминируют перлокутивный эффект.

Критерии ложности текста вызывают негативное отношение к тексту, обусловленное **экстралингвистическими причинами:** существование стереотипов, касающихся сфер рекламы и заработка в интернете, жизненный опыт пользования предложенными услугами, наличие многочисленных фактов мошенничества в интернете и т.д. Данные факторы формируют предвзятое отношение к подобным текстам, заставляя адресата рассматривать их сквозь призму недоверия и пренебрежения, и может привести к речевому конфликту.

**Собственно конфликтогенными факторами, обуславливающими недоверие к содержанию текста являются:**

- псевдонаучная манера выражения, насыщенность профессиональными терминами (*КЕТОГЕННОЙ ДИЕТЫ, висцеральным*);
- использование шаблонных приемов привлечения внимания адресата, а именно:
  - опора на авторитет (*Ведущие диетологи мира уже назвали KetoBiotic спасением человечества от лишнего веса., комплекс уже вошел в Государственные программы по похудению*);
  - создание чувства необходимости использования услуги (*Многие из тех, кто похудел с помощью KetoBiotic, не могли похудеть годами!*);
  - указание на экономию (*Скидка при заказе курса 990 руб, получите KetoBiotic за 0 руб.*);
- идея достижения результата без приложения усилий (*До 10 кг похудения в месяц без диет и нагрузок!; вес уходит сам по себе*);
- содержательная неполнота данного текста: не раскрыта суть соблюдения кетогенной диеты.

Таким образом, данный текст обладает конфликтогенным потенциалом, который может привести к речевому и – далее – социальному конфликту. Текст очевидно обнаруживает несоответствие действительности, не вызывает доверия у реципиентов, так как манипулятивные тактики легко выявляются рядовым носителем языка.

Используя целенаправленные вербальные средства и речевые тактики, авторы рекламных текстов формируют «требуемое» представление о продукте [5], но критическое рассмотрение элементов текста, использование рациональной стратегии интерпретации является способом распознавания манипулятивных элементов в рекламе.

#### **Литература и источники**

1. Явинская, Ю. В. Конфликт адресатов в рекламе (на примере наружной рекламы "Магис-спорт") / Ю. В. Явинская. // PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект. – Алтайский ГУ. – 2016. – С. 28-33.
2. Чернышова, Т. В. Рекламный текст в аспекте аналитико экспертной деятельности филолога-практика / Т. В. Чернышова // PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект. – 2016. - № 15. – С. 16-28.
3. Ким, Л. Г., Рафикова, Е. А. Истинность / ложность как свойства рекламного дискурса: адресатоцентрический аспект / Л. Г. Ким, Е. А. Рафикова // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2020. Т. 23. № 1. – С. 237–246.
4. Кара-Мурза, Е. С. Проблемы лингвистической экспертизы произведений коммерческой рекламы / Е. С. Кара-Мурза // Труды института лингвистических исследований. 2016. – С. 351-388.
5. Князева, Е. Г. Психолингвистическое исследование конфликтогенных языковых единиц в современном медийном дискурсе / Е. Г. Князева, Е. В. Тихонова, И. А. Курбаков // Вопросы психолингвистики. – 2019. № 1. – С. 102-117.

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

**УДК 81'37**

### **БИОНИМЫ ЛОШАДЬ/КОНЬ В РУССКОЙ И ТАТАРСКОЙ ОБЫДЕННОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ**

**(по результатам эксперимента)**

***Сахарова Д. И***

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[Petryyysha@yandex.ru](mailto:Petryyysha@yandex.ru)

В данном докладе поставлен вопрос проблемы обыденного метаязыкового сознания, рассматриваемого в сопоставительном аспекте. Особый интерес в рамках выбранной проблемы представляет изучение парнокопытных бionимов в сознании носителей русского и татарского языков, описании того, как в языке отражается национальный менталитет того или иного этноса. Основанная на материалах ассоциативного эксперимента, проведённого среди носителей русского и татарского языков, данная работа выявляет черты сходства и различия при восприятии бionимов «лошадь» и «конь». Установлено, что в русском языке для названия данного объекта существует два номинатива, а в татарском языке - одно. При анализе ответов, полученных путём эксперимента, были выявлены концептуальные оттенки смысла в использовании номинативов «лошадь/конь» среди русскоговорящих носителей языка. Представители обеих лингвокультур воспринимают «лошадь» как сильное, рабочее животное, относящееся к домашней скотине. Различия обнаруживаются на уровне двух названий одного и того же бionима лошадь/конь среди русскоговорящих информантов. «Конь» представляется более грациозным и статным животным, в сравнении с «лошадью». Также при сопоставлении ответов, данных информантами русского и татарского языков были обнаружены некоторые существенные различия в восприятии данного парнокопытного животного, в наделении его определёнными, специфическими качествами. Полученные результаты исследования могут быть использованы при составлении словарей обыденных толкований слов.

**Ключевые слова:** бионим, «лошадь», «конь», обыденное сознание, лингвокультура.

## **BIONYMS HORSE IN RUSSIAN AND TATAR ORDINARY LINGUOCULTURES**

*Sakharova D.I*

Kemerovo State University

This report poses the question of the problem of ordinary metalinguistic consciousness, considered in a comparative aspect. Of particular interest within the framework of the chosen problem is the study of cloven-hoofed bionyms in the minds of the speakers of the Russian and Tatar languages, describing how the national mentality of a particular ethnic group is reflected in the language. Based on the materials of an associative experiment carried out among native speakers of the Russian and Tatar languages, this work reveals similarities and differences in the perception of "horse" bionym. It was found that in Russian there are two nominative names for the name of this object, while in the Tatar language only one. When analyzing the answers obtained through the experiment, conceptual shades of meaning in the use of the nominative "horse" among Russian native speakers were revealed. Representatives of both linguistic cultures perceive the "horse" as a strong, working animal related to livestock. Differences are found at the level of two names of the same bionym horse among Russian-speaking informants. The "horse" seems to be a more graceful and stately animal in comparison with the other one. Also, when comparing the answers given by the informants of the Russian and Tatar languages, some significant differences were found in the perception of this cloven-hoofed animal, in endowing it with certain, specific qualities.

**Key words:** bionym, "horse", everyday consciousness, linguistic culture.

На протяжении многих столетий самой главной характеристикой этноса признавался язык. Проблема взаимодействия человека, языка и культуры была одной из центральных и рассматривалась в трудах В. Гумбольдта, А. Потебни и других учёных. Многие десятилетия лингвисты изучали человека «молчавшего» (по Ю.К. Волошину), но в дальнейшем осознание необходимости изучать человека и язык комплексно побудило учёных-лингвистов работать в направлении этой проблемы. Таким образом, антропоцентричность языка стала ключевой в современной лингвистике. Антропоцентрическая парадигма гласит, что человек познаёт мир через осознание себя, своей теоретической и предметной деятельности в нём, что и определяет его мотивы, сущность и основные ценности. Данная парадигма включает направления, самым значимым из которых является исследования языка как зеркала человека.

Объектом настоящего исследования выступает обыденная языковая семантика бионимов парнокопытных животных «лошадь/конь». Предметом является концептное содержание данных бионимов в двух национальных картинах мира. Цель исследования сводится к выявлению и сопоставлению концептного содержания парнокопытных животных в русской и татарской лингвокультурах, и на основании полученных результатов установить возможные особенности национального менталитета. Предпринимаемое исследование выполнено в русле лексикографического проекта «Опыт разноязычного словаря обыденной семантики бионимов», разрабатываемого международным коллективом учёных под руководством профессора Н. Д. Голева [1].

Фактологическую базу исследования составили материалы анкетного опроса 34 респондентов (19 русских и 15 татар). Методом сбора информации послужил лингвистический эксперимент, проведённый среди носителей русского и татарского языков по анкете, разработанной Н.Д. Голевым. Информантами выступали люди разных возрастных категорий, разного уровня образования, мужского и женского пола.

Информантам предлагались следующие задания:

- 1) назовите первое пришедшее вам на ум слово, после того как вы услышали или прочитали слово «лошадь/конь»;
- 2) что обозначает данное слово (задание представлялось в форме типа лошадь/конь – это...);

3) заполните пропуск в предложениях типа он, она, они..., как лошадь/конь;

4) напишите фразу с данным словом, которая сразу приходит вам на ум.

Задания предлагались респондентам на их родном языке. В последствии перевод на русский был выполнен нами самостоятельно. При исследовании фиксировались все полученные ответы.

Во все времена животные играли немаловажную роль в жизни человека: домашняя скотина была пропитанием, средством для передвижения и даже мерилom в торгово-рыночных отношениях. В следствие таких контактов люди стали замечать схожесть поведения животных и самих себя, что в настоящем времени отражено во многочисленных метафорах и сравнениях. Образы животных в разных лингвокультурах имеют свои специфических черты.

Актуальность осуществляемого исследования, прежде всего, определяется его отношением к современной антропоцентрической парадигме, связанной с изучением обыденной языковой и метаязыковой семантики.

Получены следующие результаты, подвергшиеся исследовательской интерпретации.

Установлено, что в русской лингвокультуре существуют два синонимически близких номинатива, описывающих выбранное исследованием парнокопытное животное - «лошадь/конь», в то время как в татарском языке номинатив один - «ат».

Среди русскоговорящих информантов по первому вопросу были получены следующие ответы (представлены самые частотные): лошадь - «транспорт»(21%), «парнокопытное животное»(11%), «кобылка»(11%), «рабочая сила»(5%), «самка»(5%). В сравнении с данными ответами ассоциативный ряд на номинатив «конь» отличается: «скакун»(21%), «грация»(15%), «жеребец»(15%), «мощь»(5%). Соответственно, русскоговорящим информантам конь представляется как особь мужского пола, а лошадь - женского. Вероятно, это является результатом влияния грамматического рода данных существительных.

Носители русского языка дали следующие определения на заданные бионимы (по первому вопросу анкеты): лошадь - «парнокопытное животное» (36%), «травоядное животное» (11%), «животное для транспортировки и передвижения» (11%), «жена коня» (5%), а конь - «жеребец» (15%), «благородный скакун» (11%), «самец лошади» (11%). Данные результаты подтверждают предположение о том, что под влиянием грамматического рода в обыденном сознании носителей русского языка лошадь представляется самкой, существом женского пола, а конь - самцом, животным мужского пола.

Известно, что люди сравнивают себя с животными в различных аспектах поведения и внешних характеристик. По третьему вопросу были получены следующие сравнения: «ржёт, как лошадь»(15%), «выносливая, как лошадь»(26%), «промчались, как табун лошадей»(5%), «быстрый, как конь»(15%), «породистый, как конь»(11%), «резвится, как конь»(11%).

С данными бионимами обнаружались следующие фразеологизмы (ответы на четвёртый вопрос): «какой всадник, такая и лошадь»(21%), «каждый цыган хвалит свою лошадь»(15%), «тощей лошади и хвост в тягость»(11%). С номинативом «конь» в последнем задании многие информанты приводили фразу из песни группы «Любэ» - «Выйду ночью в поле с конем..»(15%), а также известную песню барда В.Высоцкого «Что-то кони мои привередливые»(11%) и следующие фразеологизмы: «полцарства за коня»(11%), «дарёному коню в зубы не смотрят» (11%), «коней на переправе не меняют» (5%), «по коням» (5%).

Проведя исследование обыденного сознания носителей русского языка, мы выяснили, что «лошадь» в представлении русскоговорящих информантов используется как слово нейтрального и более сниженного стиля, в то время как «конь» представляется более «породистым» существом, имеющим положительную коннотацию. Наше личное наблюдение показало, что в различных стихотворениях, названиях литературных произведений, а также народных песнях «конь» представляется преданным другом человека и используется чаще, чем «лошадь».

Носителями татарского языка были даны следующие ответы: «ат» (лошадь) это - «эш» (работа, 26%), «хайван» (животное, 20%), «йорт хайваны» (домашнее животное, 13%), «эшчэн хайван» (рабочее животное, 20%), «затлык» (роскошь, 6%). Также были получены следующие определения: «тояклы хайван» (копытное животное, 20%), «ирек хайван» (свободное животное, 20%), «азатлы хайван» (грациозное животное, 13%). Информанты предоставили следующие сравнения: «ат шикелле эшләүче» (вкалывает, как лошадь, 20%), «ат кебек түзә» (терпит как лошадь, 6%), «ат кебек тугылдый» (скачет, как лошадь, 6%), «алар ат ирекле кебек» (свободные, как лошади, 13%), «алар ат кебек эшлилэр» (работают, как лошади, 20%). Татарский язык богат фразеологизмами, произошедшими из обыденного опыта людей. Нами были получены следующие фразеологизмы: «ат дагалаганда, бака ботын кыстырган ди» (когда лошадь брыкается, не нужно к ней подходить, 13%) - в значении «не мешать», «не вмешиваться в беседу других людей», «ат тулылыга» (лошадиная наполненность, 20%) - в значении «есть всё, что нужно», «когда в душе гармония», «кеше - ат түгел, түгеклек кирәкмәс нәрсә» (человек - не лошадь, терпение ему не нужно, 6%) - означает, что человек не «рабочая сила», как лошадь, он не может долго работать без отдыха.

Таким образом, ассоциативное описание бионима «лошадь/конь» свидетельствует о достаточно однородной картине восприятия данного животного в разных лингвокультурах. Лошадь представляется как выносливое животное, домашняя скотина для транспортировки грузов и езды. Представители обеих культур воспринимают лошадь как «работающее», трудолюбивое животное, используя эти качества в приёмах сравнения. Однако, исходя из наших наблюдений, то, что в русском языке существует два номинатива, описывающих данное парнокопытное животное, позволило в русском языковом сознании разделить признаки на два полюса: более сниженного и более высокого, чего нет в татарском языковом обыденном сознании.

При сопоставлении полученных от информантов сравнений обнаружилось следующие интересные различия: в татарском языке существует выражение «алар ат ирекле кебек» (свободные, как лошади), в то время как в русском языке понятие свободы ассоциируется со словом «птица», например, русскоговорящие люди часто могут сказать: «Чувствую себя свободным, как птица». Зато для выражения противоположному «свободе» состоянию, в русском языке используют сравнение «как конь стреноженный», означающее «быть связанным по рукам и ногам», то есть «быть несвободным». Примечательно, что для данного высказывания используется номинатив «конь», а не «лошадь», что, возможно, подчёркивает свободу коня как органичный признак данного наименования. Также в татарском языке существует фразеологизм «лошадиная наполненность», описывающая состояние полного благополучия. В русском языке такая сема отсутствует.

#### **Литература и источники:**

1. Голев, Н. Д. Разноязычный сопоставительный словарь обыденной семантики бионимов: концепция, лексикографический проект и опыт его реализации / Н. Д. Голев, М. Дебрэн // Вестник Новосиб. гос. унта. Сер.: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2013. – Т. 11. Вып. 2. – С. 80–92.

2. 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

3. Ф.С. Сафиуллина «Татарско-русский и русско-татарский словарь»

*Научный руководитель - д-р филол. наук, профессор кафедры стилистики и риторики ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет» Лебедева Н. Б.*

# КЛИКБЕЙТНЫЕ ЗАГОЛОВКИ КАК СПОСОБ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ВНИМАНИЯ АДРЕСАТА

*Степанова А. А.*

Кемеровский государственный университет  
Alenastepanova19@mail.ru

В статье представлено лингвистическое описание такого явления, как кликбейт, широко распространённого в интернет-СМИ. В лингвистическом аспекте кликбейт представляет собой краткое сообщение эпатажирующе-провокационного характера, сконструированного на базе какого-либо медиатекста. Кликбейт в Интернете всегда представлен в виде кликабельного заголовка, функционирующего на веб-страницах автономно, в качестве мотивирующих сигналов для перехода по гиперссылке. Логико-семантические преобразования, посредством которых сформулированы данные заголовки, позволяют сделать практически из любой новости псевдосенсацию с целью получения какой-либо выгоды.

**Ключевые слова:** кликбейт, медиатекст, интернет-заголовок, тезаурус, логико-семантические преобразования, псевдосенсация.

## CLICKBAIT HEADERS IN THE ASPECT OF INTERACTION BETWEEN THE AUTHOR AND THE ADDRESSEE

*Stepanova A. A.*

Kemerovo State University

The article presents a linguistic description of such a phenomenon as clickbait, which is widely spread in the Internet media. From the point of view of linguistics, a clickbait is a short message of an outrageous and provocative nature, constructed on the basis of a media text. Clickbait on the Internet is always presented in the form of a clickable header that functions independently on web pages, as motivating signals for clicking on a hyperlink. The logical and semantic transformations by which these headlines are formulated make it possible to make a pseudo-sensationalization of almost any news in order to obtain any benefit.

**Keywords:** clickbait, media text, internet title, thesaurus logical-semantic transformations, pseudosensation.

Одним из объектов современной антропоцентрической лингвистики является дискурс лжи, представленный различным контентом и исследуемый в разных аспектах [1]. Перспективным представляется обращение к дискурсу лжи в адресатоцентрическом аспекте, разрабатываемом научной школой, возглавляемой Н. Д. Голевым [2]. Адресатоцентрический подход при исследовании разных типов дискурса реализуется в работах Л. Г. Ким [3; 4].

Задачей настоящей статьи является обсуждение проблемы использования журналистами «кликбейтов» – специфических заглавий, которые провоцируют пользователей Сети обращаться к конкретному контенту [5]. В результате применения кликбейтных заголовков, используя определенные дискурсивные практики, автор в сознании адресата формирует ложные категории, несоотносимые с действительностью, но при этом выдаваемые как реальность [6].

Давно установлено, что эффективность перлокутивного результата восприятия медиатекста во многом обусловлена таким значимым дискурсивным компонентом, как заголовок. Заглавие, в свою очередь, экономит усилия адресата в процессе поиска интересующей его информации, а также выполняет номинативную функцию текста, благодаря чему данный дискурс выделяется на фоне других многочисленных текстов [7].

При выполнении исследования нами было установлено, что заголовки различаются в зависимости от того, насколько они выражают элементы смысловой структуры текста. В результате анализа корреляции заголовка с содержанием текста мы выделили *однонаправленные* и *комплексные* заглавия, которые в свою очередь делятся по признаку полноты выражения какого-либо смыслового элемента произведения на *полноинформативные*, *неполноинформативные*, или *пунктирные* (не полностью актуализирующие смысловой компонент текста), и, наконец, вовсе *не соответствующие содержанию текста*. К последнему типу заголовка относятся *кликбейты*, которые являются предметом нашего исследования [5; 6].

«Кликбейт» нами представляется как некое средство привлечения внимания аудитории при помощи специфических заголовков. Кроме того, данный тип заглавия, по нашему мнению, является одним из видов фейковых новостей. Кликбейт, исследованию которого посвящены работы Н. Н. Вольской [5], А. В. Николаевой [6], отличается наличием в некоторых случаях графических материалов, провоцирующими пользователей Сети читать конкретный материал. Автор медиатекста рассчитывает на привлечение внимания адресата, апеллируя к таким человеческим чувствам, как любопытство, возмущение или недоумение. Читателей чаще всего привлекают тексты с экспрессивными, эксцентрическими заглавиями [8; 9]. Например, «ОБЖОРСТВО ИЛИ БЕРЕМЕННОСТЬ: НАСТЯ КАМЕНСКИХ ЗАСВЕТИЛА ОКРУГЛИВШИЙСЯ ЖИВОТ В БИКИНИ» (paragazzi.ru, от 7. 04. 21), «Светлана Лобода получила премию, лежа в постели» (там же)

Стоит отметить, что главное отличие заголовка в интернет-СМИ от «обычного» состоит в том, что первый выступает чаще всего как самостоятельный текст небольшого формата с рекламной функцией, суть которого, как говорилось ранее, заключается в провокации пользователей Сети перейти по гиперссылке к основному тексту.

В ходе исследования мы выявили логико-семантические преобразования текстовой информации в заголовке, используя классификацию А. А. Негрышева. За «базовый» вариант мы принимали ситуацию идентичности форм пропозициональной структуры текста и его заголовка. Искажение представленной информации рассматривалась нами на двух уровнях:

1. *Пропозициональное выдвигание*, где выделялись способы выдвигания пропозиции или, иначе говоря, «топика» в заголовок. Так, выяснилось, что при выдвигании общего топика выдвигается основное содержание событий. При выдвигании частного топика выдвигается лишь одна из деталей пропозиции, а при выдвигании в заглавие комбинированного топика происходит объединение фрагментов основной и детализирующей пропозиций.

2. *Логико-семантическая трансформация*, происходящая с заголовком после перехода с первого уровня.

Анализ корреляции заголовков с содержанием публикации выявил, что, несмотря на наличие провокации в кликбейтных заголовках, как правило, в них выносятся основная пропозиция медиатекста (первый уровень, общий топик), которая впоследствии подвергается логико-семантическим преобразованиям второго уровня. Исключения встречаются редко, и в большинстве случаев они относятся к частному топикю, так как выдвигается в заглавии лишь одна из деталей пропозиции.

Что же касается второго пункта – когнитивно-семиотических преобразований – необходимо рассмотреть дополнительные трансформации выносимых в заголовок пропозиций, которые усиливают коммуникативно-прагматическое воздействие. А. А. Негрышев предлагает анализировать два аспекта данных трансформаций – формальный и семантический.

1. Формальные трансформации происходят в материальной составляющей знаковых единиц. Всего можно выделить четыре вида таких преобразований:

а. *субституция* – замена компонентов пропозиции. Нередко происходит замещение в заглавии лексико-семантических единиц, которые представлены в тексте самой

новости. Из-за этого происходит подмена текстовой номинации. Также использование субституции характерно для гиперболизации картины события. Для этого в заглавие автор вводит узуальные и семантические синонимы с качественной градацией понятий. Иногда засчет субституции происходит ложная идентификация либо всего события медиа-текста, либо его участников.

б. **элиминация** – усечение топики. В данном случае могут быть опущены один или несколько элементов текстовой пропозиции: имена субъектов, действия, локация и т.д. При элиминации акцент делается на тот компонент события, который способен оказать наибольшее экспрессивное воздействие. К данному типу преобразования заглавия можно также отнести разные виды номинализации. Наиболее нейтральным из них в плане воздействия является представление в назывном предложении сути описываемого происшествия.

в. **позиционирование** – перестановка компонентов пропозиции. Наиболее распространенным способом данной трансформации является пассивизация/активизация, которая в некоторых случаях может выступать вместе с элиминацией. Чаще всего встречается, когда компоненты ситуации не входят в сферу активного внимания адресата. В случае если действующие лица представляют интерес для массового читателя или необходимо создать определенный имидж данной группы людей у адресата, то автор использует активную синтаксическую конструкцию.

г. **компликация** – добавление новых компонентов. При введении в заголовок дополнительных компонентов, не употребляемых в самом тексте новости, выраженных модальными, каузативными или перформативными глаголами, автор как бы интерпретирует факт, подменяя его констатацию.

2. Семантические механизмы основаны на логико-когнитивном преобразовании информации в заглавии и настроены на когнитивный сдвиг в сознании читателя. То есть целью данного преобразования является формирование у пользователя той или иной картины по имеющейся ситуации и отношение к ней. Основными видами семантической трансформации являются:

а. **идентификация** – соотношение описываемого предмета или явления в новости с уже имеющимся у читателя образом денотата;

б. **категоризация** – подведение описываемых предметов или явлений под какую-то категорию;

в. **казуация** – установка причинно-следственных связей между явлениями;

г. **эмоционально-личностная атрибуция** – актуализация личностных смыслов читателя при помощи эмоционального усиления потенциально значимых для него компонентов информации.

Интересно, что ложная информация в заглавии формируется таким образом, чтобы читатели при восприятии принимали ее за истину. Автор ставит своей целью при создании кликбейта преподнести ложь незаметно, используя специфические лексические и грамматические средства. Истинная же информация становится доступной лишь в результате перехода читателя на сайт с основным текстом, посредством клика.

Для лингвистического анализа кликбейтных заголовков необходимо в первую очередь выделить «сенсацию-сообщение», представленную в интернете в виде заголовков-гиперссылок и сконструированную на основе текста-«первоисточника» (оригинальный новостной текст, на который впоследствии делается рерайт).

Заголовки данного типа конструируются всегда по сходным моделям и укладываются в традиционную систему фальсификации информации: умолчание – подмена – домысел.

При этом все логико-семантические преобразования заглавий медиатекстов происходят с опорой на компоненты дискурсивного и когнитивного тезаурусов реципиента, позволяющие придавать сообщению ценность в большей степени, чем есть на самом деле. В результате этого у читателей возникает ложное коммуникативное

ожидание, являющееся триггером для мотивации перехода по кликабельному заголовку медиатекста.

Например: «**Обиженный кузбасский тракторист жёстко отомстил начальнику за выговор (ФОТО)**» (city-n.ru. От 09.03.2021). В тексте говорится о том, как житель Яйского муниципального округа решил отомстить своему начальнику (частный топик). Злоумышленник совершил поджог хранилища, где находились 350 рулонов сена, принадлежащих потерпевшему. Причиной этому стал конфликт между работодателем и работником из-за поломки трактора. В отношении задержанного было возбуждено уголовное дело (общий топик).

В заголовке читателю сразу дается частный топик, который преобразован автором. В рассматриваемом примере присутствует обилие оценочных слов: *обиженный, жестко*. Данные слова «убивают» новостной характер текста, но при этом вызывают интерес у пользователей (Почему обиженный? Как именно отомстил?). Кроме того, нет четкого пояснения ситуации: что, где и с кем произошло? Усугубляет ситуацию добавочное слово в конце заголовка, написанное большими буквами, – «ФОТО». Графическая уловка еще больше пробуждает интерес у читателей, ведь изначально было непонятно, что именно сделал злоумышленник, а здесь можно, не читая текст, увидеть все, так сказать, «своими глазами».

Описанные факты указывают на элиминацию, по классификации А. А. Негрышева. Ведь в заглавии опущены такие важные компоненты, как локация, основные действия (не говорится, что злоумышленник поджег здание). Акцент сделан на то, что житель Яи «жестко отомстил» начальнику. Видимо, подразумевалось, что именно этот компонент будет оказывать наибольшее экспрессивное воздействие на адресата. Также рассматриваемый заголовок является одним из видов номинализации: не говорится, что именно произошло, читатель не понимает сути, пока не перейдет по кликабельной ссылке.

Также при рассмотрении данного заголовка можно говорить о замещении лексико-семантических единиц, которые присутствуют в первоисточнике (в данном случае пресс-релиз с сайта ГУ МВД России по Кемеровской области). Из-за этого произошла подмена текстовой номинации. Кроме того, автор ввел узуальные и семантические синонимы с качественной градацией понятий.

Таким образом, кликбейты представлены в Интернете в форме заголовков-гиперссылок, сконструированных на основе исходного текста посредством логико-семантических трансформаций. Действия автора при составлении кликбейтов ограничен и укладывается в традиционную триаду фальсификации информации: умолчание (элиминация), подмена (субституция) и домысел (компликация). То есть такого рода заголовки превращаются в псевдосенсацию, не имеющую под собой доказательной базы. Все логико-семантические трансформации осуществляются с опорой на те компоненты дискурсивного и когнитивного словарного запаса адресата, которые позволяют придать сообщению большую новостную ценность, чем оно имеет в действительности.

Указанные преобразования медиатекста являются триггером и служат для привлечения внимания пользователей Сети, которые, переходя по гиперссылке, приносят прочтения и, соответственно, трафик сайту.

### **Литература и источники.**

1. Жолудь, Р. В. Фейковые новости в эру постправды: функциональные аспекты / Р. В. Жолудь // Вестник Воронежского государственного университета, 2019. № 3. – С. 101–104.

8. 2. Голев, Н. Д. Об отношениях адресата, автора и текста в парадигме лингвистического интерпретационизма / Н. Д. Голев, Л. Г. Ким // Сибирский филологический журнал, 2008. № 1. – С. 144-153.

3. Ким, Л. Г. Дискурс лжи в аспекте интерпретационной деятельности адресата / Л. Г. Ким // Вестник Челябинского государственного университета, 2012. № 5 (260). – С. 80–84.

4. Ким, Л. Г. Фейковые новости в социальных сетях: фактор адресата / Л. Г. Ким // Социальные сети: комплексный лингвистический анализ: монография. – Кемерово: Издательство Кемеровского государственного университета, 2021. – С. 513–532.

9. 5. Вольская, Н. Н. Кликбейт как средство фальсификации информации в интернет-коммуникации / Н. Н. Вольская // Наука и образование, 2018. № 2. – С. 1–4.

6. Николаева, А. В. Кликбейт в СМИ / А. В. Николаева // Актуальные проблемы стилистики. 2017. № 3. – С. 146–151.

7. Сыров, И. А. Функционально-семантическая классификация заглавий и их роль в организации текста / И. А. Сыров // Филологические науки. 2002. № 3. – С. 59–68.

8. Негрышев, А. А. Прагматика новостного газетного заголовка: механизмы преобразования информации в системе заголовков – текст / А. А. Негрышев // Вестник Московского университета, 2006. – С. 97–109.

9. Негрышев, А. А. Псевдосенсация в интернете: опыт лингвистического описания / А. А. Негрышев // Вестник ВолГУ. Серия 2, Языкознание – Владимир, 2020. С. 43–52.

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

**УДК: 811.161:81.42**

## **КОНФЛИКТНАЯ ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ И ЕЁ ПРОЯВЛЕНИЯ НА РАЗНЫХ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСАХ**

*Степанова А. И.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[dey.dobryi@yandex.ru](mailto:dey.dobryi@yandex.ru)

Содержание данной статьи посвящено изучению влияния интернет-ресурса на поведение и речевое проявление конфликтной языковой личности, вступающей в коммуникацию на нем. Гипотеза работы состоит в том, что конфликтная языковая личность по-разному проявляет себя на разных интернет-ресурсах. Сама интернет-платформа, обладающая своими сложившимися особенностями, ценностями и информационным полем, влияет на конфликтную языковую личность, на степень ее конфликтности, речевое поведение, формируя интегральный тип конфликтной языковой личности. В качестве материалов исследования были использованы посты, борды и комментарии, оставленные пользователями во ВКонтакте, Instagram, YouTube, Двач, 4chan и TikTok. В работе выявляются и описываются особенности речевых проявлений конфликтной языковой личности в зависимости от интернет-ресурса, на котором она коммуницирует. Делается вывод, что наиболее конфликтное речевое поведение характерно для языковых личностей на имейдждбордах (Двач, 4chan), а также для конфликтных языковых личностей, взаимодействующих в радикально настроенных блогах и сообществах. Результаты исследования подтверждают выдвинутую гипотезу. Данные, полученные в исследовании, можно использовать в области лингвоперсонологии и лингвистических экспертиз, связанных с делами по речевой агрессии.

**Ключевые слова:** конфликт, речевой конфликт, языковая личность, конфликтная языковая личность, интегральный тип конфликтной языковой личности, лингвоконфликтология, электронный жанр, сетевая переписка, речевая агрессия, интегральная языковая личность.

# CONFLICT LANGUAGE PERSONALITY AND ITS MANIFESTATIONS ON DIFFERENT INTERNET RESOURCES

*Stepanova A.I.*

Kemerovo State University

The content of this article is devoted to the study of the influence of an Internet resource on the behavior and speech manifestation of a conflict linguistic personality entering into communication on it. The hypothesis of the work is that a conflicting linguistic personality manifests itself in different ways on different Internet resources. The Internet platform itself, which has its own established characteristics, values and information field, affects the conflicting linguistic personality, the degree of its conflict, verbal behavior, forming an integral type of the conflicting linguistic personality. Posts, boards and comments left by users on VKontakte, Instagram, YouTube, Dvach, 4chan and TikTok were used as research materials. The work identifies and describes the features of speech manifestations of a conflicting linguistic personality, depending on the Internet resource on which she communicates. It is concluded that the most conflicting speech behavior is typical for linguistic individuals on imageboards (Dvach, 4chan), as well as for conflicting linguistic individuals interacting in radical blogs and communities. The research results confirm the hypothesis put forward. The data obtained in the study can be used in the field of linguopersonology and linguistic expertise related to cases of speech aggression.

**Key words:** conflict, speech conflict, linguistic personality, conflict linguistic personality, integral type of conflict linguistic personality, linguistic conflictology, electronic genre, network correspondence, speech aggression, integral language personality.

Данная магистерская работа **посвящена изучению** конфликтной языковой личности и ее проявлениям на разных интернет-ресурсах, а также изучению параметров, от которых они зависят.

**Гипотеза** данной работы состоит в том, что конфликтная языковая личность по-разному проявляет себя на разных интернет-ресурсах. Сама интернет-платформа влияет на степень конфликтности языковой личности, формируя интегральный тип языковой личности в зависимости от определенного речевого и поведенческого уклада, сложившегося на ней.

Делается вывод о том, что все интернет-ресурсы обладают разным конфликтным потенциалом, влияющим на речевое и поведенческое проявление конфликтной языковой личности, есть интернет-площадки, обладающие наибольшим конфликтным потенциалом, отражающимся в степени конфликтности конфликтной языковой личности. Интернет-ресурсами, на которых проявляется наибольшая конфликтность языковой личности, являются имейдждорды (Двач, 4chan) из-за анонимности и полной свободы текстового выражения, а также радикальные блоги и сообщества.

**Новизна** данного исследования определяется тем, что ранее в науке вопрос о влиянии интернет-ресурса, на котором происходит коммуникация языковых личностей, на конфликтный потенциал и степень конфликтности конфликтной языковой личности ранее не поднимался. Исследование является **актуальным**, так как вносит новые данные в сферу изучения конфликтного типа языковой личности, а также особенностей интернет-коммуникации, которые обуславливаются антропоцентрической направленности современной лингвистической науки.

**Теоретическая значимость работы** представляется в пополнении теоретической базы лингвистического анализа речевым и поведенческим проявлений конфликтной языковой личности, введением в анализ аспекта влияния интернет-платформы, на котором происходит языковое выражения конфликтной языковой личности, на особенности ее речевого поведения.

**Практическая значимость работы** состоит в расширении системы показателей, влияющих на речевое поведение конфликтной языковой личности, выделении

факторов, влияющих на степень речевой агрессии в поведении конфликтной языковой личности в сети, а также в выявлении новых типов и подтипов конфликтных языковых личностей, которых можно встретить на разных интернет-платформах. Все эти данные можно будет использовать в области лингвоперсонологии и лингвистической экспертизы речевой агрессии.

**Объектами** исследования являются конфликтные языковые личности, встречаемые на разных интернет-ресурсах: ВКонтакте, Instagram, YouTube, Двач, 4chan, TikTok.

**Предметом** исследования являются проявления конфликтных языковых личностей на разных интернет-ресурсах.

В качестве **материала** исследования были использованы тексты постов, борд и комментариев, оставляемых пользователями во ВКонтакте, Instagram, YouTube, Двач, 4chan и TikTok.

**Цель** исследования – выявление и описание особенностей влияния различных интернет-ресурсов на речевые проявления конфликтных языковых личностей и степень выраженности их речевой агрессии. В соответствии с целью в работе решаются следующие **задачи**:

1) изучить теоретический материал по конфликтной языковой личности, функционирование языковой личности в интернет-дискурсе, особенности речевых норм, действующих на выбранных интернет-ресурсах;

2) описать особенности речевого появления конфликтных языковых личностей в зависимости от интернет-платформы, на которой они выражают свои мысли;

3) выявить систему языковых показателей конфликтной языковой личности в зависимости от разных интернет-платформ;

4) выявить типы и подтипы конфликтных языковых личностей на разных интернет-платформах.

Основные методы исследования:

- эмпирические – наблюдение, параметризация, классификация, сравнение, научное описание;
- теоретические – анализ, синтез, лингвистический анализ.

Конфликтная языковая личность, функционирующая в различных типах дискурсов – достаточно изученная тема. В современной лингвистической науке имеются описания того, как конфликтная языковая личность ведет себя в бытовом, деловом, политическом дискурсе, и как проявляет себя в конфликтном дискурсе [1].

Однако с активным развитием интернета и различных интернет-платформ, позволяющих языковым личностям коммуницировать между собой, появились новые темы для изучения. Некоторые из них рассмотрены достаточно полно – поведение интернет-троллей в сети как типа конфликтной языковой личности [2], анализ языковой личности подростков и студентов в сети [3], степень конфликтогенного материала и многие-многие другие. Но не все коммуникативные аспекты, которые раскрыл для лингвистов интернет, описаны на данный момент.

Гипотеза данной работы заключается в том, что сама платформа, на которой происходит взаимодействие, имеет свой интегральный тип языковой личности, влияет на степень конфликтности конфликтной языковой личности и способ ее вербализации.

Ранее исследователи уже затрагивали тему проявления конфликтной языковой личности на разных интернет-ресурсах. К примеру, Белинская Б. П. и Илюхина С. Н. в своей работе [4] рассматривают влияние разных социальных сетей и организованных ими информационных пространств на языковых личностей, однако приходят к выводу, что конфликтное языковое выражение языковых личностей в Twitter, Youtube и Instagram не имеет принципиальных различий. Однако мы считаем, что если внимательно понаблюдать за пользователями данных соцсетей, можно увидеть существенные отличия как в их речевом поведении, так и в уровне конфликтности и степени конфликтного потенциала.

Несмотря на то, что каждая языковая личность, коммуницирующая в интернет-пространстве, имеет свое речевое поведение [5], сложившееся в течение жизни под влиянием личного опыта, каждый интернет-ресурс, рассмотренный нами в работе (ВКонтакте, Instagram, YouTube, Двач, 4chan, TikTok), посредством собственного информационного пространства и ценностей формирует интегральный тип языковой личности, обладающей своими речевыми, поведенческими особенностями и тем или иным конфликтным потенциалом. В данной работе выявляются и описываются особенности влияния различных интернет-ресурсов на речевое поведение и проявление конфликтной языковой личности, а также степень ее конфликтности.

Таким образом, проведенное исследование подтвердило гипотезу о том, что наиболее сильным конфликтным потенциалом обладает языковая личность на имейджбордах (Двач, 4chan) из-за специфики установившегося информационного поля, характеризующегося полной анонимностью языковых личностей и неограниченной правилами ресурса свободой текстового выражения, а также радикальные блоги и сообщества.

### **Литература и источники**

1. Кошкарлова, Н. Н. Конфликтная языковая личность в соответствующем типе дискурса / Н. Н. Кошкарлова. – Волгоград: Известия Волгоградского государственного педагогического университета, 2010. – №2 (46). – 38 с.
2. Курьянович, А. В. Опыт лингво-правовой характеристики конфликтной языковой личности (на примере анализа коммуникативного поведения тролля в сетевой переписке) / А. В. Курьянович. – Томск: Вестник Томского государственного педагогического университета, 2018. – №2 (191). – 129 с.
3. Голев, Н. Д. Коммуникативный портрет современного российского школьника и студента – пользователя социальных сетей и других форм виртуального общения / Н. Д. Голев, А. В. Иркова– Барнаул: Фундаментальные проблемы гуманитарных наук: опыт и перспективы развития исследовательских проектов РФФИ, 2020. – 222 с.
4. Белинская, Б. П. Пространство социальных сетей как фактор радикализации конфликта в виртуальном взаимодействии / Б. П. Белинская, С. Н. Илюхина. – Москва: [Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование»](#), 2018. – № 4 (14). – 89 с.
5. Полякова, Л. С. Понятие «Речевое поведение» теоретические аспекты / Л. С. Полякова. – Владикавказ: Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики, 2012. – №14. – 46 с.

*Научный руководитель – доктор филол. наук, профессор Голев Н. Д., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

**УДК 811.11**

## **РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ СТЕРЕОТИПНОГО ОБРАЗА ТЕРЕЗЫ МЭЙ В НОВОСТНЫХ СТАТЬЯХ БРИТАНСКОЙ ПРЕССЫ**

*Шумова М. А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[delmash2012@yandex.ru](mailto:delmash2012@yandex.ru)

Статья посвящена стереотипным женским образам в британских СМИ. Актуальность данной работы связана с тем, что роль женщин в современном обществе изменяется, расширяются профессиональный диапазон их ролей, однако репрезентация женщин в прессе по-прежнему остается консервативной. Стереотипные образы, репрезентируемые британской прессой, способны воздействовать на общественное сознание, особенно в области конструирования стереотипного образа

политического деятеля, поэтому изучение вербализации данных стереотипных образов является актуальным. Предметом исследования данной статьи является репрезентация стереотипного образа Терезы Мэй в новостных статьях британской прессы (The Daily Mail, The Sunday Times, The Guardian, Church Times, CITYA. M. и The Times). Определение стереотипа и его функций объясняет, почему данные образы являются стереотипными. В отобранных статьях были исследованы способы вербализации стереотипного образа Терезы Мэй. Анализ отобранного материала продемонстрировал, что ведущим стереотипным образом этого политика-женщины является «железная дева», реализуемый посредством специально отобранных лексических единиц.

**Ключевые слова:** стереотип, стереотипные образы, британская пресса, стилистическая окраска, лексические единицы.

## **REPRESENTATION OF THE STEREOTYPICAL IMAGE OF THERESA MAY IN THE NEWS ARTICLES OF THE BRITISH PRESS**

*Shitova M. A.*

Kemerovo State University

The article is devoted to stereotypical female images in the British media. The relevance of this work is due to the fact that the range of professional roles of women is expanding in modern society, but the representation of women in the press is still conservative. The stereotypical images represented by the British press are able to influence the public consciousness, especially in the field of constructing a stereotypical image of a political figure, so the study of the verbalization of these stereotypical images is topical. The subject of this article is the representation of the stereotypical image of Theresa May in the British press (The Daily Mail, The Sunday Times, The Guardian, Church Times, CITYA. M. и The Times). The definition of a stereotype and its functions explains why these images are stereotypical. The selected articles have explored ways to verbalize the stereotypical image of Theresa May. The analysis of the selected material demonstrated that the main stereotypical image of this politician- women is the "iron maiden", realized through specially selected lexical units.

**Key words:** stereotype, stereotypical images, British press, stylistic colouring, lexical unit.

В современном мире расширяется диапазон ролей женщин (например, благодаря увеличению количества профессий, доступных женщинам), однако параллельно с этим репрезентация женщин в СМИ остается достаточно консервативной. Большинство исследователей признают, что новости — это культурный продукт, который отражает доминирующие предположения о том, кто и что важно, а также то, как читатель должен рассматривать темы новостей и людей как «новостных субъектов». [1] Актуальность данной работы определяется необходимостью изучения стереотипных образов, которые способны воздействовать на общественное сознание, особенно в области конструирования стереотипного образа политического деятеля. Предметом исследования является вербализация стереотипного образа Терезы Мэй в британской прессе. Целью данной работы является выявление стереотипного образа Терезы Мэй в британской прессе.

Изучение стереотипных образов женщин в лингвистике началось с 70-х годов прошлого века. Известные ученые-лингвисты, посвятившие работы стереотипным образам женщин в СМИ - Джудит Бакстер, Джейн Грэвлз и другие.

В процессе восприятия объектов окружающего мира и их категоризации формируются стереотипы. Получается, что стереотип своего рода – фиксированная ментальная типовая картинка, которая является отражением фрагмента действительности в сознании индивидуума. Выделяют две функции, которые выполняет стереотип – прескриптивная и предиктивная. Первая функция предписывает личности нормы общества и его культуры, которым нужно следовать. Вторая же

определяет наиболее возможный исход той или иной ситуации. На основе этих функций подразделяют стереотип как феномен на две разновидности: стереотип-поведения (имеет прескриптивную функцию) и стереотип-представления (имеет предикативную функцию). В данной статье рассматривается только стереотип представления, так как именно он определяет то, что стоит за тем или иным образом. [2] Исследователи британской прессы, как правило, выделяют четыре стереотипных образа женщин: железная леди (дева), (иногда еще боевой топор, дословно с англ. battle-axe), соблазнительница, мать и питомец. [3]. «Железная дева» – образ мужественной женщины, который описывается следующими эпитетами: стервозная, агрессивная, злая, brutальная и т. д. Данный «сильный» образ вытекает как некая компенсация других, потому что из всех четырех стереотипных образов, он представляется самым независимым и сильным. «Соблазнительница» же заключает в себе взгляд на женщину как на служащую прежде всего потребностям других людей. При описании данного образа используют, например, такие эпитеты, как «ослепительная», «эффектная», «соблазнительная» и другие. Образ матери является традиционной позицией авторитета. Во основном наблюдается эксплицитное сравнение с мамой, бабушкой и иногда даже с учительницей. Именно она утешает и сочувствует другим; она безопасная, теплая и заботливая. Окружающие уважают ее за поддержку и помощь, а не за независимость и профессионализм. «Питомец» — это образ милой, забавной и наивной девушки. Данный образ имеет нейтрально-стилистическую окраску. Некоторые исследователи выделяют также пятый стереотипный образ – королева пчел, женщина, которая упорно трудилась, чтобы достичь высокого положения в своей сфере.

Анализ британской прессы (The Daily Mail, The Sunday Times, The Guardian, Church Times, CITYA. M. и The Times) сочетает в себе, как правило, лингвистический и визуальный анализ, но в данной статье проводится только лингвистический. Нам кажется возможным применить классификацию Джейн Грейвлз. [4] Она предлагает выделять такие лингвистические особенности при анализе репрезентации новостных сюжетов, как имена и наименования (лексика, используемая для обозначения предмета новостей), классификация (лексика, используемая для обозначения социальной или профессиональной идентичности), позиционирование (лингвистическая оценка может принимать различные лексические и грамматические формы, но встречается, например, в употреблении модальных глаголов, оценочных прилагательных и наречий.), косвенная речь (речь самого субъекта новостей или коллег и экспертов) и образность (связь ярких образов (в форме метафоры или сравнения)).

Статья в The Daily Mail посвящена назначению Терезы Мэй в качестве премьер-министра Великобритании. Заголовок -«**Bloodbath as May axes Cameron loyalists: Gove, Morgan, Letwin and Whittingdale are all sacked from Cabinet as PM hands plum posts to her allies - but Hunt and Leadsom avoid the chop.**» задает настрой всей статье и вместе с тем подводит итог первых дней ТМ на новой должности с помощью стилистически-окрашенных слов «bloodbath», «axes» и «the chop», которые создают образ кровавой бойни. Также первое предложение этой статьи начинается со слов: «Theresa May brought her allies into Government with her today and equalled the record for the number of women in Cabinet - hours after **brutally sacking** four David Cameron loyalists.», они, используя оценочное наречие «бесчеловечно», подчеркивают, что увольнение сотрудников имеет жестокий характер. Таким образом, ТМ предстает в данной статье в образе железной девы, которая, используя новые полномочия, упорно идет по головам к своей цели.

В The Sunday Times статья, посвященная той же теме, что и в The Daily Mail, имеет следующий заголовок 'The **Steel Lady Strikes**. The **ruthlessness** with which Theresa May has established her authority has stunned Tory MPs, but could it also have **sown the seeds of trouble**'. Заголовок "Стальная леди наносит удар" суммирует предполагаемую характеристику этой статьи: ТМ рассматривается как «боевой топор» и «железная дева». Слово "стальная" несет имплицитное сравнение с первой британской женщиной

премьер-министром — Маргарет Тэтчер (известная как «железная леди»). И это сравнение действительно подтверждается в самой статье предложением: «[ТМ] похвально безжалостна. Правые увидят в ней еще одну Мэгги.». Кроме того, увольнение Ники Морган и Анны Субри (членов правительства Кэмерона) также послужило к сравнению с Маргарет Тэтчер, у которой в первом правительстве была только одна женщина. В данном случае премьер-министру присваивается стереотипный образ «королевы пчел», который, как правило, хочет быть исключительным по гендерному признаку в своей профессиональной среде.

В The Guardian заголовок «Theresa May's first pledge as PM was for a 'one-nation Britain'. Can she deliver? » имеет нейтральную окраску в сравнении с предыдущими. В данной статье отсутствуют какие-либо стереотипные образы по отношению к Терезе Мэй. Статья Church Times «Theresa May speaks out against ban on public worship» и статья The Guardian «May's challenge to government 'unlikely to be her last'», вышедшая после отставки, также имеют нейтральную окраску и отсутствие стереотипных образов.

В статье The Guardian от 20 января 2021 ее противостояние правительству Джонсона сравнивается с «подбрасыванием гранат в его сторону»: «She now is **lobbing grenades his way**», а в статье от 23 января 2021 года Тереза Мэй прямо именуется королевой-воительницей, бросающей вызов Джонсону: «We could have done with Theresa, **Warrior Queen** when she was in power.».

Статья в «CITYA. М.» в своем заголовке описывает Терезу Мэй как «возмущенную/яростную»: «**Furious** Theresa May attacks PM's political choice for national security adviser», а также ее заявление злобным: «Theresa May angrily confronted Cabinet Office minister Michael Gove about the appointment in the House of Commons today. ». В статье от 15 июля 2019 ее ответ Трампу на его высказывание характеризуется как «жесткое порицание»: «May's stern rebuke to Trump comes amid growing tensions between London and Washington.».

В The Times в статье от 21 января 2021 года ее политика по отношению к иммигрантам сравнивается с манией: «Her **mania** for reducing immigration led to denial of rights...». В данной статье реализуется образ «железной девы», так как ее желание достичь цели любой ценой превратилось в манию и одержимость.

Среди десяти исследованных статьей был выявлен вербализированный образ «железной девы» только в восьми, а в двух других образ Терезы Мэй нейтрален. Также в двух (в The Daily Mail и The Sunday Times) из этих восьми статьей нами обнаружена вербализация другого стереотипного образа – «королева пчел».

Таким образом, основной стереотипный образ Терезы Мэй, продвигаемый британской прессой, – «железная дева» и лишь изредка «королева пчел».

#### Литература и источники

1. Gill R. Gender and the media. London, 2007.
2. Красных В. В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология. М, 2002.
3. Kanter R. Men and women of the corporation. New York, 1993.
4. Baxter J. Women Leaders and Gender Stereotyping in the UK Press: A Poststructuralist Approach. London, 2017.
5. Gravells J. Semiotics and written text: How the news media construct a crisis. Basingstoke, 2017.

*Научный руководитель — канд. филол. наук, доц. Смирнова А. Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

# САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ АДВОКАТА КАК КОММУНИКАТИВНЫЙ ФЕНОМЕН

*Юнг Д. А.*

ФБГОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[daschaschulzik@mail.ru](mailto:daschaschulzik@mail.ru)

Статья затрагивает вопрос об особенностях самопрезентации адвоката как коммуникативного феномена. В качестве материала эмпирического исследования предложено интервью Г. П. Падвы «Никто не может указать адвокату, кого и как надо защищать». Особое внимание в работе акцентируется на тактиках, реализующих стратегию самопрезентации в речи известного адвоката. Сделан целостный обзор существующих в современной лингвистике тактик самопрезентации, осуществлена попытка выделения ключевых. Проанализированы высказывания Г.П. Падвы на предмет использования им тех или иных стандартных тактик, а также внесенные индивидуальные особенности. Подобный вектор изучения речи адвоката оказывается перспективным, поскольку в настоящее время самопрезентация становится инструментом формирования успешного образа человека любой профессиональной деятельности. Знание основных способов речевого воздействия позволяет достигнуть наивысший перлокутивный эффект. Результаты исследования могут быть применены в методике выстраивания публичного выступления, а также в лингвистических дисциплинах.

**Ключевые слова:** самопрезентация, имидж, коммуникация, адвокат, лингвистика.

## LAWYER'S SELF-PRESENTATION AS A COMMUNICATIVE PHENOMENON

*Yung D.A.*

Kemerovo State Universit

The article touches upon the question of the peculiarities of the lawyer's self-presentation as a communicative phenomenon. As the material of an empirical study, an interview with G. P. Padva is offered: "No one can tell a lawyer who and how to defend". Special attention is paid to the tactics that implement the strategy of self-presentation in the speech of a well-known lawyer. A holistic review of the tactics of self-presentation existing in modern linguistics is made, and an attempt is made to identify the key ones. The statements of G. P. are analyzed. Padva for the use of certain standard tactics, as well as the individual features introduced. Such a vector of studying the speech of a lawyer turns out to be promising, since at present self-presentation becomes a tool for forming a successful image of a person in any professional activity. Knowledge of the main methods of speech influence allows you to achieve the highest perlocutionary effect. The results of the study can be applied in the methodology of building a public speech, as well as in linguistic disciplines.

**Keywords:** self-presentation, image, communication, lawyer, linguistics.

Имидж значим для человека любой профессии, в том числе и для специалистов в области юриспруденции. За людьми такого рода занятости стоит большая ответственность: порой от их решений зависит свобода и жизнь других людей. Для формирования положительного, авторитетного мнения о себе правоохранители, юристы должны тщательно следить за своим внешним видом, манерой поведения, речью. Хорошая самопрезентация в этом отношении позволяет зарекомендовать себя как профессионала, подчеркнуть свои главные достоинства. Она является, в частности, необходимой составляющей профессии адвоката, поскольку участники судебного процесса выбирают специалиста для решения своих вопросов по делу на основе профессиональной репутации, опыта работы, особенностей личности, количества выигранных дел.

Ярким примером успешного образа российского адвоката является Г. П. Падва, на счету которого множество благополучно закрытых дел, среди которых и такие «громкие» судебные разбирательства в отношении Михаила Ходорковского, Вячеслава Иванькова («Япончика») и другие. Именно Генрих Павлович был одним из инициаторов, выступавших за отмену смертной казни в России. Такие крупные успехи адвоката в карьере сочетаются с его прекрасным имиджем, сформировавшемся в том числе в ходе грамотно использованной стратегии самопрезентации.

Под стратегией в гуманитарных науках принято считать совокупность речевых действий, направленных на решение общей коммуникативной задачи говорящего [6, с. 109]. Стратегия самопрезентации же знаменательна ещё и тем, что она реализуется практически в любом речевом действии [там же, с. 73]. Под настоящим феноменом понимается «эмоциональная самоподача оратора, косвенная демонстрация психических качеств его личности для формирования определенного впечатления о нем самом и о его целях» [3, с. 50].

Объектом исследования является коммуникативная стратегия самопрезентации и ее роль в формировании имиджа адвоката, предметом изучения – тактики, реализующие стратегию самопрезентации в речи Г. П. Падвы.

Материалом эмпирического исследования послужило интервью Г. П. Падвы, носящее название «Генрих Падва: "Никто не может указать адвокату, кого и как надо защищать". В нём Генрих Павлович рассказывает о своей профессиональной деятельности, как он к ней шёл, делится впечатлениями о некоторых судебных делах и адвокатской деятельности вообще.

Проведя общий анализ некоторых существующих в современной лингвистике тактик, реализующих стратегию самопрезентации [2; 5; 7; 8 и др.], было принято решение о выделении в нашем исследовании следующих тактик: позиционирования, демонстрации профессионального успеха, ссылки на авторитет, отождествления, генерализации.

Тактика позиционирования заключается в использовании в речи лексем, передающих личностные качества: уверенность в своей правоте: *я обжаловал в американский суд вынесенное им решение, непоколебимость взглядов: Я абсолютно убежден, что смертная казнь не должна существовать. И моя позиция остается неизменной с течением времени, неподкупность: И наконец, иногда роль играет размер гонорара. Но это для меня не решающее. Однажды я отказался от участия в деле, за которое мне предлагали очень крупную сумму денег, готовность помочь другому: должен по возможности помогать всем обратившимся ко мне и проч.* С помощью данной тактики адвокат формирует положительное мнение о себе как о человеке.

Для представления же опыта работы применяется **тактика демонстрации профессионального успеха**. О. В. Атьман в отношении политиков говорит о том, что с помощью настоящей тактики он обращает внимание «на существенные результаты проделанной им работы, на свой политический опыт, профессиональные успехи, заслуги, достижения» [1, с. 100]. Таким же образом действует и адвокат. Так, Г. П. Падва перечисляет множество учебных заведений, в которых он учился или пробовал поступать (ВУЗ в Великобритании, Минский юридический институт, Московский юридический институт), что говорит о высоком уровне его образованности и целеустремленности. Он не просто мечтает, но и реализует свои желания – *Я мечтал о создании Союза адвокатов СССР еще во время работы в Погорелом Городище «...» приступил к созданию Союза адвокатов СССР. Рецепт успеха* заключается в том, чтобы *работать, работать, работать*. Используется сравнение *моя работа – это моя жизнь*.

Часто известные люди в своих выступлениях, интервью бравируют тем, что они знакомы с известными личностями, каким-либо образом взаимодействовали с ними (**тактика ссылки на авторитет**). Г. П. Падва, напротив, демонстрирует равное отношение ко всем обратившимся к нему за помощью, невзирая на социальный статус:

*Этот процесс не примечателен ничем кроме того, что на нем в качестве свидетелей были допрошены популярные артисты. Нередко он пользуется иронией: При упоминании обо мне как об адвокате, представляющем их интересы, они для солидности прибавляли разные эпитеты: "известный", "популярный", "маститый". Результатам своей работы адвокат обязан высшим силам: «Бог меня миловал», К сожалению, мало кому выпадает счастье работать по той профессии, для которой он создан Богом. Я уверен, что мне такое счастье выпало.*

При этом он всё же обращается к авторитетным именам, а именно другим адвокатом, однако с целью демонстрации близости их профессиональных взглядов – Я мечтал о юриспруденции еще со школьных лет, когда впервые прочитал работы великих дореволюционных адвокатов Н.П. Карбачевского, С.А. Андреевского, Ф.Н. Плевако и других. Их талант вдохновил меня. Речь идёт о **тактике отождествления** адвоката в одном ряду с другими профессионалами. Вместе с тем можно обнаружить и преувеличение своей роли как в отдельных судебных делах, так и в целом в построении карьеры (**тактика генерализации**) – отчасти это положение нашло отражение в построении Союза адвокатов СССР. Важно отметить, что Генрих Павлович прибегает к данной тактике редко.

Таким образом, профессию адвоката невозможно представить без используемых им тактик речевого воздействия, которые показывают четкую позицию по делу, уровень профессионализма, отношение к делу. Речь Г.П. Падвы отличается, прежде всего, некоторой сдержанностью, акцентированием внимания преимущественно на своей профессиональной компетентности, опыте работы и представлении адвокатской деятельности в качестве неотъемлемой части собственной жизни. Самопрезентация адвоката является коммуникативным феноменом, позволяющим сформировать ему успешный образ.

#### **Литература и источники**

1. Атьман, О. В. Вербализация стратегии самопрезентации в президентских предвыборных теледебатах как агональном жанре политического дискурса США / О. В. Атьман. – Екатеринбург: Политическая лингвистика, 2011. – № 1 (35). – С. 96-102.
2. Борис, А. М. Речевые стратегии самопрезентации немецких фирм на официальных сайтах / А. М. Борис. – Череповец: Вестник ЧГУ, 2015. – № 5 (66). – С. 34-37.
3. Быкова, О. Н. Опыт классификации приемов речевого манипулирования в текстах СМИ / О. Н. Быкова. // Речевое общение: Вестник Российской риторической ассоциации. – Красноярск, 2000. – Вып. 1(9). – 132 с.
4. Генрих Падва: "Никто не может указать адвокату, кого и как надо защищать". URL: <https://www.garant.ru/interview/635102/> (Дата обращения 21.02.2021).
5. Дубских, А. И. Средства реализации коммуникативной стратегии самопрезентации личности в массово-информационном дискурсе / А. И. Дубских. – Челябинск: Вестник ЧелГУ, 2008. – № 30. – С. 50-54.
6. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – М.: Изд-во ЛКИ, 2008. – 288 с.
7. Кондратьева О.Н. Самопрезентация политика в социальных сетях (на материале официальной страницы в социальной сети "ВКонтакте" губернатора Кемеровской области Сергея Цивилева) / О.Н. Кондратьева, Ж.В. Чернова // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология. – 2019. – Т. 18. – № 6. – С. 129-138.
8. Паршина, О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России: автореферат дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / О. Н. Паршина. – Саратов, 2005. – 325 с.

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

УДК 81.347.78.034

## ПРОБЛЕМА ПЕРЕВОДА РЕЧЕВОГО ПОРТРЕТА (НА ОСНОВЕ РОМАНА ДЭНИЕЛА КИЗА «ТВИНСТВЕННАЯ ИСТОРИЯ БИЛЛИ МИЛЛИГАНА»)

*Бойко М.Ю.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[mariaboyko15@yandex.ru](mailto:mariaboyko15@yandex.ru)

Статья посвящена проблеме передачи речевого портрета персонажа при переводе. В литературном произведении персонаж – одна из важнейших фигур. Его речевой портрет рассказывает об эмоциональном состоянии, о мотивах поведения и, более того, нередко передаёт смысл и проблематику произведения. Поэтому при переводе необходимо учитывать такой аспект, как «речевой портрет» и способы его правильной передачи на другой язык. Для этого требуется знание переводческих трансформаций, так как нередко буквальный перевод не является верным и чётко передающим нужный смысл вариантом. В данной статье рассматриваются разные современные трактовки термина «речевой портрет», а также способы анализа речевого портрета. Помимо этого, рассмотрены различного рода переводческие трансформации, классифицированные В.Н. Комиссаровым. Трансформации помогают переводчику наиболее точно и полно передать заложенный в оригинальном тексте смысл, а также как можно точнее передать оригинальный авторский стиль. В качестве практического материала взята книга Дэниела Киза «Твинственная история Билли Миллигана». На основе этой книги мы рассмотрим, какие лексические трансформации использовал переводчик, для наиболее полной передачи речевого портрета персонажей.

**Ключевые слова:** перевод, речевой портрет, переводческие трансформации, английский язык, Дэниел Киз

## THE PROBLEM OF TRANSLATING THE SPEECH PORTRAIT (BASED ON DANIEL KEYES' NOVEL "THE MINDS OF BILLY MILLIGAN")

*Boyko M. Yu.*

Kemerovo State University

The paper is devoted to the problem of transmission of the “speech portrait” during the translation. In literary work, character is one of the main figures. The speech portrait of literary character tells us about emotional states, about his motives; and moreover, it usually includes the problem and the sense of the book. That is why during the translation, you need to take into account such aspects as “speech portrait” and the right ways to convey it in other language. Thus, the usage of translation transformations is required as the word-by-word translation is most of the time not accurate and clear enough to convey the needed meaning and author’s style of writing. In the very article there are different modern definitions of “speech portrait” and the ways to analyze it. Besides, the work considers various translation transformations classified by V. Komissarov. The transformations help the translator to convey the meaning laid out in the original text. As the practical material, the book by Daniel Keyes “The minds of Billy Milligan” was taken. On the base of this book, we will look what translation transformations were used to accurately convey speech portraits of characters.

**Key words:** translation, speech portrait, translation transformations, English language, Daniel Keyes

Одной из задач, стоящей перед переводчиком является наиболее точная передача не только смысла, но также и индивидуального стиля автора и самого произведения.

Литературные персонажи, а в особенности их речевые портреты, являются одними из главных аспектов в художественном произведении. Поэтому при переводе учитывается также и речевой портрет персонажа – что и как он говорит.

Предмет данного исследования – проблема перевода речевого портрета в романе Дэниела Киза «Таинственная история Билли Миллигана»

Сначала стоит уделить внимание такому термину, как «речевой портрет». Многие ученые по-разному трактуют его определение. Впервые «речевой портрет» «возник» в работах М.В. Панова [5]. Автор создавал фонетические речевые портреты людей разного возраста и социального статуса. В современной лингвистике, можно найти несколько определений, касаемо «речевого портрета», так как единого мнения относительно этого понятия нет. Согласно Т.П. Тарасенко «речевой портрет – совокупность языковых и речевых характеристик коммуникативной личности или определенного социума в отдельно взятый период существования» [7]. В работах М.В. Китайгородской «речевой портрет – это функциональная модель языковой личности» [3]. Также данный автор выделяет три уровня, согласно которым происходит анализ речевого портрета:

1. Анализ лексико-грамматического фонда, используемого личностью.

2. Анализ тех речевых оборотов и лексических единиц, используемых персонажем, которые делают его личность уникальной и узнаваемой.

3. Анализ целей и мотивов, преследуемых личностью в процессе коммуникации.

Речевой портрет литературного персонажа выходит за пределы его прямой речи. Под анализ попадают и такие аспекты, как косвенная и смешанная формы речи. М.В. Пьянова отмечает, что «в понятие речевого портрета включается, прежде всего, непосредственная речь литературных героев, воспроизведенная в прямых высказываниях, диалогах с другими действующими лицами, а также их внутренних монологах, размышлениях, через которые автор раскрывает личность персонажа» [6].

Переводчик, взявшись за перевод художественного текста, сталкивается с персонажами, имеющими свои особенности и отличительные черты, являющиеся важными для передачи образа персонажа. В книге С. Флорина и С. Влахова «Непереводимое в переводе» особенности речевого поведения изучаются как «отклонения от нормы» [1]. В эту группу входят: диалекты, просторечия, жаргон, ломаная речь и аргот. Переводчику необходимо понимать, как можно переводить те или иные «отклонения». Авторы отмечают, что самое важное при переводе – сохранить общее впечатление от речевой характеристики. Каждый разговорный оборот в оригинале не обязательно должен соответствовать разговорному обороту в языке перевода.

Использование лексических трансформаций помогает создать более адекватный перевод. Функция лексических трансформаций – создание максимально точного и адекватного перевода. Дословный (иными словами буквальный перевод) не всегда способен в полной мере передать значение, так как при использовании такого способа перевода нарушаются узуальные нормы языка. Переводческие трансформации существуют в 3 формах:

1. Лексические. В них входят: транскрипция/транслитерация, калькирование. Помимо этого, сюда входят лексико-семантические замены: генерализация, конкретизация и замена.

2. Грамматические. В данную трансформацию входят: дословный перевод, объединение или членение предложений, а также грамматические замены.

3. Лексико-грамматические. Данная форма включает себя: описательный перевод, приём компенсации и антонимичный перевод.

Книга «Таинственная история Билли Миллигана» имеет особенности, перевод которых может вызывать проблему у переводчика. Для передачи славянского акцента Рейджена Вадасковинича, одного из личностей Билли Миллигана, автор использует грамматические ошибки, например, опущение одного из главных членов предложений,

что является нормой для славянских языков, но считается ошибкой в английском. Например, предложение «Is not right», переводчик Ю. Федорова переводит как «Плохо думали», тем самым акцентируя внимание на синтаксисе, свойственном славянским языкам, а именно – отсутствие подлежащего.

Также автор использует графон – искажение орфографической нормы, для отражения определенного акцента или диалекта. Например, славянский акцент Рейджена автор передает заменой буквы w на v: “I vas against it”. Однако передать данную особенность, особенно при переводе на русский язык, довольно сложно. Остаётся лишь использовать добавление, например, с помощью добавления фразы «славянский акцент» для того, чтобы читатель имел наиболее точный образ личности.

Если мы обратимся к такой части книги, как сленг и сленговые выражения, то также заметим некоторые трудности для перевода. Предложение «You Billy’s shrink?» Ю. Федорова переводит как «Вы психиатр Билли?», однако при этом сленговый оттенок слова shrink не передаётся, а используется общеупотребительное слово, имеющее то же значение.

Таким образом, правильная передача речевого портрета при переводе является одним из проблемных аспектов в деятельности переводчика. Для этого требуется иметь правильное представление о персонаже, иметь хороший словарный запас и знание переводческих трансформаций.

#### **Литература и источники:**

1. Влахов С., Флорин С. Непере译имое в переводе. М: «Международные отношения», 1980.
2. Киз Д. «Таинственная история Билли Миллигана» (в переводе Ю. Федоровой) Издательство: Эксмо, 2019
3. Китайгородская М.В., Розанова Н.Н. Русский речевой портрет: фонохрестоматия. М.1995.
4. Комиссаров В.Н. «Теория перевода (лингвистические аспекты)», М.: Высшая школа, 1990. - 253 с.
5. Панов М.В. История русского литературного произношения XVIII-XX вв. М.,2002.
6. Пьянова М.В. Идиоматика речевого портрета литературного персонажа: на материале англ. худож. лит.: дис. канд. филол. наук: 10.02.04. М., 1997. 137с.
7. Тарасенко Т.П. Языковая личность старшекласника в аспекте ее речевых реализаций (на материале данных ассоциативного эксперимента и социолекта школьников Краснодара) автореф. Дис.... Канд.филол. наук 10.02.19 Краснодар 2007,48с.
8. Daniel Keyes “The minds of Billy Milligan” Random house publisher 1981.

*Научный руководитель – Баикатова Ю. А., канд. филол. наук, доцент ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

**УДК 81-26.347.78.034**

### **ПЕРЕВОД ИМЕН СОБСТВЕННЫХ В КНИГАХ, ОСНОВАННЫХ НА КОМПЬЮТЕРНОЙ ИГРЕ «WARCRAFT»**

*Замуруева С.П.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[zam\\_s@mail.ru](mailto:zam_s@mail.ru)

В связи с упрочнившейся связью литературного перевода и локализации программного обеспечения, в частности компьютерных игр, в данной статье приводится анализ перевода имен собственных (топонимов и антропонимов) в издании

«Варкрафт. Хроники: Том 1». Данное направление в языкознании, переводоведении и, непосредственно, локализации становится все более значимым в эпоху развития компьютерных технологий. Специфика перевода данной книги заключается в том, что печатное издание является вторичным продуктом от компьютерной игры, а его перевод основывается на уже существующей полностью русифицированной версии игры, прошедшей процесс локализации. Целью данной работы является установление соответствий между традиционными способами перевода имен собственных, используемых в художественной литературе, и методами перевода топонимов и антропонимов, которые используются при локализации компьютерных игр и связанных с ними литературных текстов и печатных изданий. Так же в процессе исследования анализируются переводы имен собственных и устанавливаются наиболее частотные способы перевода. Еще одним итогом работы является создание классификации способов перевода имен собственных.

**Ключевые слова:** антропонимы, топонимы, перевод, художественный текст, имя собственное, компьютерные игры, локализация.

## TRANSLATION OF PROPER NAMES IN “WARCRAFT”-BASED BOOKS

*Zamurueva S.P.*

Kemerovo State University

In view of the increasing connection between literary translation and localization of software, particularly computer games, this article analyses the translation of proper names (toponyms and anthroponyms) in the book “World of Warcraft. Chronicles: Volume I”. This trend in linguistics, translation and localization is becoming increasingly important in the era of computer technology. The unique nature of this book is that it is a secondary product of the respective computer game, and its translation is based on the existing, fully localized version of the game. The purpose of this work is to establish a correspondence between the traditional methods of translation of proper names used in literary translation and methods of translation of toponyms and anthroponyms that are used in the localization of computer games and related literary texts and printed editions. The study also analyses the translations of proper names in the above book and identifies the most frequent methods of translation. Another result of the work is a classification of methods used to translate proper names.

**Keywords:** anthroponyms, toponyms, translation, literature, proper name, computer games, localization.

Развитие компьютерных технологий и эра глобализации расширили границы для многих научных исследований в разных сферах, и область перевода не стала исключением. Переводческий аспект, нашедший отражение в локализации программного обеспечения, является одним из важнейших инструментов продвижения продуктов на мировом рынке в общем и рынке компьютерных игр в частности.

Миллионы людей во всем мире выбирают компьютерные игры в качестве досуга и хобби, многие делают их своей профессией, повсеместно развивается киберспорт. Одной из самых значимых и известных серий компьютерных игр является «Warcraft», уже многие годы занимающая лидирующие позиции по количеству игроков.

Выпустив первую часть игры еще в 1994 году, компания «Blizzard Entertainment» и по сей день почти ежегодно вносит изменения в игровую вселенную, выпуская глобальные дополнения и незначительные обновления игрового контента. Однако жизнь игровой вселенной уже давно развивается и за пределами игры: множество комиксов, десятки книг, серия аудиокниг, энциклопедии и видео вносят свой вклад в развитие сюжетной линии. В 2016 году в прокат вышел фильм «Warcraft», посвященный игровым событиям.

Данная статья посвящена способам перевода имен собственных (антропонимов и топонимов) в художественной литературе, написанной на основе компьютерных игр, а в частности в издании «Варкрафт. Хроники: Том 1». Однако при работе с подобным

материалом необходимо также рассматривать процесс локализации как предшествующий художественному переводу, так как впервые все имена собственные из данной книги были переведены в процессе локализации компьютерной игры и только потом перенесены в художественный перевод печатного издания.

Сегодня художественный перевод все чаще становится производным продуктом локализации, и поэтому данное исследование является как никогда актуальным.

Согласно исследованию 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].

Книга «Варкрафт. Хроники: Том 1» является хронологически упорядоченным изложением исторических событий игровой вселенной «Warcraft». Так как виртуальный мир имеет обширную, продуманную до мелочей, географию и историю, он создает огромное поле для перевода топонимов и антропонимов.

Ю.Г. Белова в своей работе говорит о том, что имена собственные обычно переводятся весьма формально, и из-за этого возникает множество ошибок и неточностей в переводе. «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 следующую классификацию способов 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, метод транспозиции. Однако при переводе художественной литературы уместнее всего использовать такие способы, как калькирование, транслитерация и транскрипция. Под **калькированием** понимается «создание на языке перевода соответствия, аналогичного исходному ИС по структуре и лексико-семантическому наполнению» [3, с. 17]. **Транслитерация** определяется как «установление максимально близких соответствий между графическими единицами исходного и принимающего языка» [3, с. 11]. А под **транскрипцией** имеется в виду «установление взаимно-однозначных соответствий между фонемами либо звуками (аллофонами) исходного и принимающего языка» [3, с. 10].

В результате проведенного анализа нами также были выявлены следующие дополнительные способы перевода: **смешанный перевод**, когда для перевода имени собственного переводчик использовал сразу несколько из вышеизложенных методов, **перевод вольный**, когда переводчик ушел от передачи формы и значения имени собственного, часто без серьёзных на то причин, и категорию «**другое**», когда установить способ перевода затруднительно из-за совпадения форм (например, когда транскрипция и транслитерация выглядят одинаково).

В ходе исследования было проанализировано 142 топонима и 127 антропонима из книги «Варкрафт. Хроники: Том 1» с целью определения способа перевода данных имен собственных с английского на русский язык. Приведем примеры анализа:

#### 1) Топонимы:

**Аратор** (Arathor) – Государство людей в Восточных Королевствах. Топоним передан на русский язык транскрипцией.

**Грим Батол** (Grim Batol) – в прошлом одна из величайших крепостей дворфов, сейчас захваченная членами мрачного культа. Крепость считается проклятой. Наименование переведено транслитерацией. Однако при таком переводе теряется значение слова «Grim» - мрачный, зловещий.

**Андрассил (Корона Снегов)** (Andrassil (Crown of the Snow)) – огромное древо жизни, располагавшееся в Нордсколе, в настоящее время разрушено и известно как Фордрассил. Данный топоним передан смешанным способом. «Андрассил» является транслитерацией оригинального наименования, а «Корона снегов» - калькированием. В Азероте магические деревья могут считаться полноправными топонимами, так как параллельно могут являться городами и магическими источниками.

**Заоблачный Пик** (Aerif Peak) – город-крепость дворфов. Данный перевод является калькированием. Слово «Aerif», вероятно, является производным от «aerial», что означает «надземный, воздушный». Переводчик выбрал более поэтический перевод «заоблачный». Смысл данного топонима должен быть передан, так как он сообщает нам информацию о расе, населяющей его. Дворфы Заоблачного Пика сражаются верхом на грифонах.

**Храм Атал'Хаккар** (Lost Temple) – затонувший храм, расположенный в Болоте Печали. Данный перевод считаем вольным. В оригинальной версии авторы посчитали необходимым сохранить имя главного противника в тайне от игроков. В русской версии этой тайны уже нет.

**Стром** (Strom) – город-государство людей в Восточных Королевствах. Наименование передано транскрипцией или транслитерацией.

## 2) Антропонимы:

**Рагнарос, Повелитель Огня** (Ragnaros the Firelord) – повелитель огненных элементаров. Данный антропоним является составным, поэтому переводчик прибегнул к смешанному способу, передав само имя транслитерацией, а смысловое прозвище – калькированием.

**Саргерас** (Sargerass) – падший титан, собравший армию демонов, известную как Пылающий легион. Данный антропоним передан транслитерацией, так как каждой латинской букве подобран кириллический эквивалент.

**Аркедас** (Archaedas) – хранитель Улльдамана. При переводе было принято решение передать звучание имени, а не его написание – транскрипция.

**Остроклык** (Garfang) – вождь стаи свинообразов. Данный перевод является чистым калькированием.

**Сиф** (Sif) – супруга хранителя Торима. «Другое» – имя передано транслитерацией или транскрипцией.

**Агамонд** (Agamand) – землевладелец в Лордероне. При переводе одна из букв (один из звуков) была заменена без видимой причины (не упрощает произношение). Так как преобразование необоснованно, считаем данный перевод вольным.

Наиболее частым способом перевода **топонимов** является калькирование (47%), далее следует смешанный перевод (23%), транслитерация (13%), другое (8%), транскрипция (8%) и вольный перевод (1%). Для **антропонимов** статистика выглядит иначе: смешанный перевод (47%), транслитерация (23%), транскрипция (23%), калькирование (4%), другое (2%) и вольный перевод (1%).

Мы видим, что разные группы имен собственных тяготеют к различным способам перевода. Так, топонимы чаще всего переводятся калькированием или смешанным переводом, так как включают в себя указания на географический и природные объекты, а антропонимы – смешанным способом (часто комбинацией транскрипции с транслитерацией, или калькированием при наличии прозвища), так как существует необходимость точной передачи звучания имени, чтобы игроки из разных стран могли проще понимать друг друга.

В результате исследования мы видим, что в ходе локализации серии компьютерных игр «Warcraft» были использованы следующие способы перевода имен собственных, традиционно используемые в переводе художественной литературы: калькирование, транскрипция и транслитерация, а также их комбинации (смешанный перевод) и перевод вольный. Сводная статистика по способам переводов **имен собственных** (всего топонимов и антропонимов 269) в книге «Варкрафт. Хроники: Том 1» выглядит

следующим образом: смешанный перевод (35%), калькирование (26%), транслитерация (17%), транскрипция (15%), другое (6%) и вольный перевод (1%).

### **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. – 83с

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

**УДК: 81-26.347.78.034**

### **ПЕРЕДАЧА ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫХ РЕАЛИЙ ПРИ ПЕРЕВОДЕ КАЛАМБУРА В СЕРИАЛЕ «ДРУЗЬЯ»**

*Иушина Е. Е.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[bambeliz@mail.ru](mailto:bambeliz@mail.ru)

Данная статья посвящена передаче лингвокультурных реалий при переводе каламбура в сериале «Друзья» с английского на немецкий и русский языки. Суть лингвокультурологического подхода к переводу заключается в сохранении оригинальной лингвокультуры либо в адаптации текста к принимающей культуре. Текст перевода может быть ориентирован на разные культуры в зависимости от целей и задач перевода, то есть допускается вариативность переводов. Лингвокультурные реалии могут передаваться через каламбур. В статье определяется понятие каламбура и его структура, представленная стимулятором и результатом. Выделяется три вида каламбура: на основе омонимов, полисемичных слов и паронимов. Исследование проведено на материале американского телесериала «Друзья», изобилующего примерами каламбура. С помощью сопоставительного метода исследуются способы и средства передачи лингвокультурных реалий, отраженных в каламбуре, в переводе данного сериала на русский и немецкий языки. Проведенный анализ позволяет выявить удачные варианты перевода, в которых сохраняется посыл каламбура и отраженные в нем реалии, и менее удачные варианты перевода, в которых эти составляющие утрачиваются. В целом, более удачными признаны переводы сериала «Друзья» на немецкий язык и на русский для канала Paramount, а менее удачным – перевод сериала на русский язык, сделанный для канала СТС.

**Ключевые слова:** каламбур, лингвокультурная реалия, лингвокультурологический анализ, перевод, стимулятор, результата.

### **TRANSLATION OF PUN IN THE TV SERIES “FRIENDS”: LINGUACULTURAL ASPECTS**

*Iushina E. E.*

Kemerovo State University

This article focuses on ways of conveying linguacultural realia expressed via pun in translation. In particular, it looks at the use of pun in the TV series “Friends” and its translations into German and Russian languages in terms of preserving culture-specific realia. The linguacultural approach to translation lies in the preservation of the original linguaculture or in the adaptation of the text to the host culture. The translation can be oriented to different cultures, depending on its goals and objectives, allowing for translation variability. Pun is one of the means of conveying linguacultural realia. The article defines the concept of pun and its structure as a combination of a stimulant and a resultant. Three types of pun are distinguished, based on the use of homonyms, polysemic words and paronyms. The American TV series “Friends” contains abundant examples of pun. Using the comparative method, we analyzed ways and means of conveying linguacultural realia through pun in the source text and ways of preserving them when translating the text into target languages, namely Russian and German. As a result, we identified more successful translations (the German version and the Russian version for the Paramount channel), which retain the meaning of pun and the relevant linguacultural realities, and less successful translations (the Russian version for the STS channel), where both the meaning and the realia are lost.

**Keywords:** pun, linguacultural realia, linguacultural analysis, translation, stimulant, resultant.

В настоящее время лингвистический анализ направлен не только на выявление особенностей языковых единиц, но и на установление связи языка с человеком, его культурой и менталитетом. Таким образом, в современной лингвистике доминирует идея антропоцентричности, которая выводит человека на первое место. Язык рассматривается как главный компонент человека. Разум и интеллект человека не представляются вне языка. С помощью различных языковых средств человек мыслит и выражает свои мысли в устной и письменной формах. В рамках данной парадигмы сформировалась наука, направленная на изучение культурного фактора в языке, а языкового в человеке – лингвокультурология [1, 2].

В переводоведении существует два основных подхода к переводу текстов, являющихся «культурным капиталом» какой-либо страны:

- 1) принимающая культура максимально адаптирует оригинальный текст, нормы и традиции его культуры к своим;
- 2) принимающая культура осознанно сохраняет все особенности языка оригинала [3].

Тем не менее, в зависимости от целей и задач текст перевода может быть ориентирован как на оригинальную, так и на принимающую культуру, то есть допускается вариативность перевода.

Таким образом, лингвокультурный аспект перевода включает в себя рассмотрение реалий, существующих в культуре языка оригинала и перевода.

В. С. Виноградов определяет термин «реалия» как фоновую информацию, в которую включается история, культура, государственное устройство и пр. рассматриваемой страны. Следует отметить, что данный термин используется для обозначения каких-либо фактов или событий, имеющих отношение к конкретной культуре [4].

Лингвокультурологический подход также актуален для перевода сериалов. Осуществляя перевод данного вида текстов, следует учитывать культурные особенности страны, т. к. любое недопонимание в данной области может привести к потере смысла.

Настоящее исследование выполнено на материале американского сериала «Друзья». Его главными героями являются шестеро друзей. Данный сериал – один из лучших американских телевизионных сериалов 1990-х годов. «Друзей» перевели на множество языков. Отличительной чертой данного сериала является множественное использование каламбура. Интерес представляют лингвокультурные особенности

каламбура, а также передача лингвокультурных реалий, отраженных в каламбуре, при переводе на другие языки. В частности, в настоящей работе анализируется перевод данного сериала на немецкий язык, а также два варианта его перевода на русский язык – для канала СТС и для канала Paramount. Основным методом исследования являлся сопоставительный метод.

Прежде всего необходимо определить понятие каламбура. Каламбур понимается В. З. Санниковым как «литературный приём с использованием в одном контексте разных значений одного слова или разных слов или словосочетаний, сходных по звучанию» [5, с. 56]. Данный стилистический прием состоит в несовпадении семантических значений, однако звуковая форма может совпадать или являться схожей.

Выделяют три вида каламбура, в зависимости от того, какие единицы языка лежат в их основе:

1) омонимы:

- омофоны (разные значения; фонетическая форма сходится, графическая форма различна);

- омоформы (разные части речи; разные значения; фонетическая и графическая формы слов сходятся в некоторых грамматических формах);

- омографы (разные значения; графическая форма сходится, фонетическая форма различна);

2) полисемичные слова (имеют разные значения);

3) паронимы (разные значения, фонетическая и графическая формы похожи).

Таким образом, каламбур – это «игра на несоответствии между привычным звучанием и непривычным значением» [6, с. 226].

В.С. Виноградов отмечает, что каламбур состоит из двух компонентов (каждый может быть представлен как словом, так и словосочетанием):

1) стимулятор начала игры слов – основание;

2) результата – вершина игры слов [7].

Рассмотрим пример каламбура из сериала «Друзья», который вызван непониманием одним из персонажей сложного для него слова (Табл. 1).

Таблица 1

Пример каламбура из сериала «Друзья»

Серия, таймкод	Оригинал (английский)	Перевод (немецкий)	Перевод (русский, СТС)	Перевод (русский, Paramount)
s01e04 (00:33-00:57)	Monica: Hey, Joey, what would you do if you were omnipotent?	Monika: Was würdest du tun, wenn du omnipotent wirst?	Моника: Джо, если бы ты мог исполнить одно свое желание, что бы ты сделал?	Моника: Эй, Джо, представь, что потенциально ты можешь все.
	Joey: Probably kill myself!	Joey: Mich wahrscheinlich umbringen.	Джо: Повесился бы.	Джо: Я и так всемогущий.
	Monica: Excuse me?	Monika: Wie, bitte?	Моника: Но почему?	Моника: Не поняла.
	Joey: Hey, if Little Joey's dead, then I got no reason to live!	Joey: Mein little Joey versagt, ich doch nicht weiter zu leben wurde.	Джо: Потому что остальные девушки мне бы этого не простили.	Джо: Еще ни разу не было, чтобы Джо младший не справился с задачей.
	Ross: Joey,	Ross:	Росс: Джо, у нас тут речь не о	

	uh, Omnipotent!	Joey, OMnipotent.	девушках.	Росс: Джо, речь не о твоей потенции.
	Joey: You are? Ross, I'm sorry...	Joey: Wirklich? Ross, das ist furchtbar!	Дж: Не о девушках? Какой кошмар!	Джо: О твоей? Росс, сочувствую.

В данном примере Джо («недалекий» персонаж) перепутал слова латинского происхождения *“omnipotent”* (всемогущий) и *“impotent”* (импотент). В данном случае мы видим паронимы. Первая фраза Моники и Джо (*“Hey, Joey, what would you do if you were omnipotent?”* – *“Probably kill myself!”*) – стимулятор начала игры слов, а вторая реплика Джо (*“Hey, if Little Joey’s dead, then I got no reason to live!”*) – результата. Помимо этого, в данном примере есть еще один стимулятор – реплика Росса (*“Joey, uh, Omnipotent!”*) и результата – заключительные слова Джо (*“You are? Ross, I’m sorry...”*) (Табл. 1).

Перевод каламбура на немецкий язык является дословным и, вместе с тем, более удачным. Каламбур в нем передан полностью, как в оригинальном тексте, т. к. оба слова – *“omnipotent”* и *“impotent”* (слово, которое послышалось Джо) – существуют и в немецком языке.

Версия перевода для СТС представляется менее удачной, т. к. первоначальный посыл каламбура в ней утерян. Однако вторая часть каламбура передана более адекватно.

В переводе для канала Paramount переводчику удалось найти наиболее удачные слова для передачи оригинального смысла (*«Эй, Джо, представь, что потенциально ты можешь все»*). Слово *«потенциально»* имеет схожее звучание со словом *«потенция»*, эти слова являются паронимами.

В данном примере также затрагивается и лингвокультурный аспект. Так, например, американцы часто употребляют словосочетания с лексемами *«little»*, *«junior»*, говоря о чем-то, что им принадлежит или в какой-то степени к ним относится (домашние питомцы, дети и пр.). Следует отметить, что в немецком переводе сохранено английское слово *“little”*, а не используется немецкое *“klein”*, т. к. *“klein”* не несет в себе значения диминутива.

Таким образом, как показал рассмотренный пример, в каламбуре отражаются лингвокультурные реалии, которые в переводе могут как сохраняться, так и утрачиваться. В переводе данного примера на немецкий язык и в переводе на русский для канала Paramount принимающая культура сохраняет особенности оригинальной лингвокультуры. Однако в переводе на русский язык для канала СТС смысл каламбура и его лингвокультурные особенности утрачиваются.

В результате анализа исследуемого материала нами было обнаружено, что немецкая версия перевода максимально приближена к оригинальной, лингвокультура принимающей страны сохраняет оригинальные лингвокультурные особенности английского текста. Передача лингвокультурных реалий также удается и в версии для Paramount, однако ранняя русская версия для СТС не справляется с данной задачей, в результате чего лингвокультурные особенности языка оригинала в ней теряются.

### Литература и источники

1. Маслова В. А. Лингвокультурология : учеб. пособие / В. А. Маслова. — М. : Академия, 2001. — 208 с.
2. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание / А. Вежбицкая. — М. : Русские словарь, 1996. — 416 с.
3. Жеребило Т. В. Словарь лингвистических терминов / Т. В. Жебило. — Назрань : Пилигрим, 2010. — 486 с.

4. Граудина Л. К. Культура русской речи : учебник / Л. К. Граудина, Е. Н. Ширяев. — М. : Норма-Инфра, 1999. — 560 с.
5. Санников, В.З. Каламбур как семантический феномен / В.З. Санников // Вопросы языкознания. — №3. — 1995. — С. 56-69.
6. Влахов, С.С., Флорин, С.Р. Непереводимое в переводе. — Москва: Международные отношения. — 1980. — 342 с.
7. Виноградов, В. С. Перевод. Романские языки: общие и лексические вопросы: [учебное пособие] / В. С. Виноградов. - Москва : КДУ, 2009. - 238 с.

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

**УДК: 81-26.347.78.034**

## **ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА АНГЛИЙСКОГО РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА НА РУССКИЙ ЯЗЫК**

*Козловская А.М.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[anastasia.kozlovskaya1998@gmail.com](mailto:anastasia.kozlovskaya1998@gmail.com)

Данная статья посвящена анализу методов перевода англоязычных рекламных текстов на русский язык с учетом лингвостилистических особенностей исходного языка. Актуальность данной проблемы обусловлена важностью создания уникального рекламного текста в условиях перенасыщенности рынка информацией о различных продуктах и услугах. Основное внимание в статье уделяется ключевой фразе вербального текста рекламы – слогану. Определяется понятие «рекламный слоган», раскрываются основные языковые средства, которые используются для достижения максимальной выразительности. В частности, выделяются лингвостилистические средства выразительности на лексико-стилистическом, фонетическом, грамматическом и синтаксическом языковых уровнях. В статье приводятся результаты сопоставительного анализа 60 англоязычных рекламных слоганов, отобранных из различных концептосфер, и их переводов на русский язык. При этом в работе обсуждаются конкретные переводческие приемы, которые используются при создании перевода рекламных текстов – переводческие трансформации, послужившие предметом настоящего исследования. Теоретические положения, сформулированные в работе, подкреплены примерами, иллюстрирующими проведенный анализ фактического материала. В выводах, сделанных в результате проведенного исследования, подчеркивается необходимость тщательного учета лингвостилистических особенностей английского языка, способствующих достижению прагматической эквивалентности в переводе рекламных слоганов на русский язык.

**Ключевые слова:** рекламный текст, рекламный слоган, перевод, переводческая трансформация, эквивалент, лингвостилистические особенности.

## **TRANSLATING ENGLISH ADVERTISING SLOGANS INTO RUSSIAN**

*Kozlovskaya A.M.*

Kemerovo State University

This article analyzes methods of translation of advertising texts from English into Russian from the point of view of the linguistic and stylistic features of the source language. This problem is seen as relevant due to the importance of creating a unique advertising text in the conditions of an oversaturation of the market with information about various products and

services. The main attention in the article is paid to the key phrase of the verbal text of advertising – the slogan. The concept of “advertising slogan” is defined, the main language means that are used to achieve maximum expressiveness are revealed. In particular, linguostylistic means of expression are distinguished at the lexical-stylistic, phonetic, grammatical and syntactic language levels. The article presents the results of a comparative analysis of 60 English-language advertising slogans selected from various conceptual spheres, and their translations into Russian. At the same time, the article discusses specific translation techniques that are used in creating the translation of advertising texts – translation transformations that served as the subject of this study. The theoretical propositions formulated in the article are supported by examples illustrating the analysis of the factual material. The conclusions drawn from the study emphasize the need for careful consideration of the linguistic and stylistic features of the English language, which contribute to achieving pragmatic equivalence in the translation of advertising slogans into Russian.

**Keywords:** advertising text, advertising slogan, translation, translation transformations, equivalent, linguostylistic features.

В современном мире реклама стала неотъемлемым элементом повседневной жизни. Из-за обилия иностранных товаров на прилавках магазинов и в сети Интернет перевод рекламного текста является востребованным направлением переводческой деятельности. В связи с этим рекламный текст все чаще становится объектом лингвистических исследований. Настоящая работа посвящена изучению особенностей перевода и адаптации англоязычных рекламных текстов на русский язык.

Рекламный текст является одним из средств коммуникации с потенциальным покупателем, с помощью которого производитель формирует мнение о своем продукте. Чаще всего такой текст состоит из следующих компонентов, присущих рекламе в целом: заголовок, основной текст, рекламный слоган [1].

Неотъемлемой частью рекламного текста является слоган. Этот термин имеет различное толкование. В данной работе под рекламным слоганом понимается «короткий лозунг, выражающий какой-либо взгляд или представляющий рекламу товара; сжатая, ясная и легко воспринимаемая формулировка рекламной идеи» [2].

Важной особенностью рекламного слогана является его воздействие на сознание аудитории и формирование коммуникативных способностей получателей рекламной информации. Уникальность слогана как социального явления заключается в том, что он представляет собой «зеркало» культуры, отражая в себе особенности коммуникации общества. Таким образом, для достижения максимальной эффективности рекламной кампании слоган должен быть понятным и близким целевой аудитории. Слоган также призван выполнить конкретную прагматическую задачу: привлечь внимание потенциального потребителя, стимулировать покупку и принести прибыль производителю [3].

Отличительным признаком текста рекламы является гармоничное соединение основной рекламной идеи с соответствующими ей средствами выразительности. Использование выразительных средств языка оживляет и актуализирует рекламный текст, делая его более привлекательным для потенциального потребителя [4]. Лингвостилистические выразительные средства чаще всего проявляются на лексико-стилистическом, фонетическом, грамматическом и синтаксическом языковых уровнях [5].

Результаты настоящего исследования показали, что на лексическом и синтаксическом уровне чаще всего встречаются такие тропы, как метафора («KFC. It's **finger lickin' good**»), метонимия («Have a **Coke** and a smile»), гипербола («Gillette. **The best** a man can get»), эпитет («CoverGirl. **Easy Breezy Beautiful** CoverGirl»), оксюморон («Adidas. **Impossible is nothing**»). В рекламных слоганах также часто обнаруживаются фразеологические обороты («ZEWA. **Wipe your nose** cold»). Достаточно креативным способом оформления рекламного текста можно считать каламбур, «игру слов, остроумное высказывание, основанное на одновременной реализации в слове прямого

и переносного значений» [6]. Примером каламбура в рекламном тексте является слоган американской авиакомпании «US Airways. Fly with US», где обыгрывается совпадение английского местоимения «us» и сокращенного названия страны The United States of America (US).

Среди фонетических приемов следует отметить фонемный повтор («Red Bull. Red Bull gives you **wiiings**»), рифму («Nicorette, nicorette, you can beat the cigarette!»), анафору («Maybelline. **Maybe** she's born with it. **Maybe** it's Maybelline»).

Основные грамматические средства выразительности рекламного текста проявляются на синтаксическом уровне. Несмотря на преобладание в рекламных слоганах утвердительных предложений с прямым порядком слов, присутствуют также инверсия («Coke is it!»), риторические вопросы («Is it live, or is it Memorex?»), восклицания («Kit-Kat. Have a break, have a Kit-Kat!»), параллелизм («Maybelline. **Maybe** she's born with it. **Maybe** it's Maybelline»). Данные приемы выражают эмоциональную составляющую слогана, привлекая внимание потребителя и побуждая к покупке.

Анализ лексического состава рекламных слоганов показал высокую степень использования самостоятельных частей речи, преимущественно существительных. Это объясняется тем, что имена существительные, выполняя номинативную функцию, называют конкретный рекламируемый товар или его производителя, а также помогают в формировании определенной системы ценностей в рамках какого-то бренда [7]. К примеру, слоган американского производителя автомобилей класса «люкс» звучит как «Cadillac. Life. Liberty. And the Pursuit» («Кадиллак. Жизнь. Свобода. И стремление вперед»), где существительные «жизнь», «свобода» и «стремление» играют большую роль в создании образ мечты, некоего идеала, к которому хочется стремиться.

Глаголы также являются часто употребительными в языке рекламы. Как правило, они используются в повелительном наклонении. Императивная форма глагола является мощным средством рекламного текста, поскольку она помогает побудить потенциального покупателя купить рекламируемый товар. Данную особенность можно проиллюстрировать рекламным слоганом сети быстрого питания «Subway. Eat fresh» («Ешь свежее») и слоганом популярной игровой приставки компании Microsoft «Xbox 360. Jump In» («Присоединяйся»). Глаголы «ешь» и «присоединяйся» адресованы напрямую к потребителю, создавая иллюзию личного общения, и являются приглашениями воспользоваться товаром или услугой.

Для создания адекватного перевода переводчикам приходится прибегать к различным переводческим трансформациям. По мнению С. Г. Бархударова, так называются «многочисленные и качественно разнообразные межъязыковые преобразования, которые способствуют достижению переводческой эквивалентности, несмотря на расхождения в формальных и семантических системах двух языков» [8].

При переводе рекламных слоганов с английского языка на русский могут быть использованы такие виды переводческих трансформаций, как: замена, компенсация, перестановка, добавление, опущение, антонимический перевод или целостное преобразование [9].

Одним из примеров удачного перевода рекламного текста можно считать перевод слогана известного шоколадного батончика «Bounty. The taste of paradise» – «Райское наслаждение». Данный пример представляет собой лексико-грамматическую трансформацию: существительное «paradise» («рай») трансформируется в прилагательное («райское»). Кроме того, для слова «taste» переводчики удачно подобрали эмоциональный и выразительный эквивалент «наслаждение», вместо общеупотребительного «вкус».

Анализ слоганов со стилистическим приемом метонимии показал, что переводчики могут прибегать к такому виду переводческой трансформации, как замена. Часто в языке перевода отсутствует эквивалент названия, поэтому переводчик вынужден прибегнуть к переводческим трансформациям. Лексическая замена в таком случае может быть выполнена посредством транслитерации, транскрипции или их сочетания.

Проиллюстрируем это примером: «Nicorette, nicorette, you can beat the cigarette!» – «Никоретт, никоретт, можно жить без сигарет!». В данном слогане англоязычное название препарата для лечения никотиновой зависимости передается на русский язык с помощью транслитерации, что позволяет обеспечить успешную интеграцию нового, еще незнакомого потребителям России товара в рынок. Однако, в случае перевода метонимии нередко встречается и полное совпадение названия продукта на английском и русском языках: «Skittles...taste the rainbow Skittles» – «Skittles: Попробуй радугу».

Результаты данного исследования свидетельствуют о том, что изучение рекламного слогана как уникального лингвистического и социокультурного феномена действительно является актуальным в современном мире, где реклама играет важную роль в формировании экономических потребностей потребителей. Англоязычные рекламные слоганы отличаются от их перевода на русский по форме и языковым средствам, но в обоих языках рекламные слоганы имеют ярко выраженную коммуникативную направленность. При переводе таких текстов переводчик сталкивается с различными лингвистическими проблемами, обусловленными различиями в семантической структуре и особенностями использования двух языков. Для решения ряда таких проблем используются разнообразные переводческие трансформации, с помощью которых может быть достигнут эквивалентный перевод.

### **Литература и источники**

1. Чабанюк, Т. А. Теория и практика рекламы: учеб. пособие / Т. А. Чабанюк. – Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «КнАГТУ», 2013. – 62 с.
2. Комлев, Н. Г. Словарь иностранных слов / Н. Г. Комлев. – М. : ЭКСМО, 2006.
3. Дронова Е. М., Елецкова, Д.А. Лингвостилистические особенности рекламных слоганов, относящихся к концептосфере «Еда» (на материале английского языка). Воронежский государственный университет.
4. Елизарова Г.В. Культура и обучение иностранным языкам / Г. В. Елизарова. – СПб., КАРО, 2005. – 54 с.
5. Апетян, М. К. Особенности перевода слоганов англоязычных реклам на русский язык / М. К. Апетян. – Молодой ученый. – 2014. – 669 с. – URL: <https://moluch.ru/archive/60/8776/> (дата обращения: 08.04.2021).
6. Жеребило, Т. В. Словарь лингвистических терминов / Т. В Жеребило. – Назрань. Пилигрим, 2005. – с 140.
7. Романова, Т. Н. Слоганы в языке современной рекламы/ Лингвистика, 2000. – URL: <http://vestniksamgu.ssau.ru/gum/2000web3/yaz/200031202.html> (дата обращения: 08.04.2021)
8. Бархударов, Л. С. Язык и перевод / Л. С. Бархударов. – М. : Международные отношения, 1975. – 240 с.
9. Комиссаров, В. Н. Современное переводоведение. - Москва : Р.Валент, 2011.

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

**УДК 81'25**

## **СОХРАНЕНИЕ ПРАГМАТИЧЕСКОГО АСПЕКТА ПРИ ПЕРЕДАЧЕ АНГЛИЦИЗМОВ НА РУССКИЙ ЯЗЫК**

*Лощилова М.В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[marina-loshhilova@mail.ru](mailto:marina-loshhilova@mail.ru)

Англицизмы – неотъемлемая часть русского языка. Усиливающиеся процессы глобализации только приумножают количество английских слов в русском лексиконе. Многие из англицизмов настолько прочно вошли в русский язык, что нередко и сами воспринимаются исконно русскими. Целью данной работы является исследовать особенности словообразовательной интеграции англицизмов в русском языке. В статье рассмотрены понятия «заимствования», «англицизм» и «проникновение». Рассмотрены способы заимствования в русском языке, классификация заимствований и их ассимиляция. Приведены этапы ассимиляции иноязычных заимствований Д.Э. Розенталя. Также рассматриваются причины интенсивного заимствования англоязычной лексики.

**Ключевые слова:** заимствование, англицизм, проникновение, способы заимствования, причины интенсивного заимствования, неологизмы, окказионализмы.

## PRAGMATIC ASPECT OF ANGLICISMS AND ITS RETENTION IN THE RUSSIAN TRANSLATION

Loshchilova M.V.

Kemerovo State University

Anglicisms are an integral part of the Russian language. The increasing processes of globalization only increase the number of English words in the Russian vocabulary. Many anglicisms have become so firmly embedded in the Russian language that they themselves are often perceived as originally Russian. The purpose of this paper is to investigate the features of word-formation integration of anglicisms in the Russian language. The paper deals with the concepts of "borrowing", "anglicism" and "penetration". The paper considers the ways of borrowing in the Russian language, the classification of borrowings and their assimilation. The stages of assimilation of foreign language borrowings by D. E. Rosenthal are given. The reasons for the intensive borrowing of English-language vocabulary are also considered.

**Key words:** borrowing, anglicism, penetration, ways of borrowing, reasons for intensive borrowing, neologisms, occasionalisms.

Для современного русского языка характерен процесс интенсивного заимствования слов из английского языка, что обусловлено языковыми контактами в различных сферах жизнедеятельности, поэтому необходимо рассмотреть понятия «заимствование» и «англицизм», поскольку эти понятия не синонимичны.

Изучая проблему перевода англицизмов, следует для начала определить, что представляют собой заимствование, проникновение и англицизм. Заимствование – это элемент чужого языка (слово, оборот, морфема, фонема), перенесенный из одного языка в другой в результате языковых контактов, а также сам процесс перехода элементов одного языка в другой [1: 158]. Зачастую заимствуются слова или синтаксические обороты, а звуки и словообразовательные элементы заимствуются лишь в составе слов и затем, после накопления таких слов становится неотъемлемой частью заимствующего языка [2: 108-135]. Так же хотелось бы упомянуть о том, что условия перехода слов из одного в другой язык отличаются, поэтому различают заимствования – это смысловые единицы, которые перешли в язык с называемыми ими понятиями, например, заимствованное слово из английского языка «футбол», и проникновения – это слова, которые вошли в качестве синонимов к уже существующим словам в заимствующий язык. Существует дифференциация между существующими словами в языке и проникновениями. К примеру, французское слово “*scandale*” проникло в русский язык как синоним к слову «соблазн», у которого часть значений перешла к слову «скандал» [3: 718]. Нестандартная лексика, базой для которой являются английские заимствования, все же формируется на фонетической и грамматической основе общенационального языка. Такую лексику можно рассматривать как особый стилистический состав, для которого характерна яркая экспрессивная окраска, сниженность стиля, ирония, комичность, грубоватость,

фамильярность. Все эти свойства дают возможность лексемам претендовать на новизну и оригинальность. На первом этапе функционирования нестандартная лексика имеет все признаки окказиональности, следовательно, можно характеризовать эти лексемы как окказионализмы. «Этот термин в лингвистической литературе употребляется для обозначения всех речевых инноваций: асистемных и системных; речевых новообразований, которые созданы с отступлениями от современной словообразовательной системы языка; системных новообразований, являющихся реализацией продуктивной словообразовательной модели в речевой акте» [4]. Англицизм, попадая в русский язык, продолжает развиваться по внутренним законам языка и становится мотивирующей базой для производных мотивированных слов. Одно заимствованное слово может образовывать от одной до нескольких десятков единиц.

Очевидно, что огромное влияние США, а также других стран на Россию в таких сферах как культурная, экономическая, политическая, вместе с названиями новых технологий приводит к «проникновению» в русский язык новых слов, а именно заимствований, которые обогащают русский язык.

Существуют следующие способы заимствования:

1. Транслитерация или прямое заимствование, т.е. слово заимствуется в исходном виде: практически без изменений. Изменения могут быть фонетическими, словообразовательными и семантическими. Например, англ. *London* – рус. *Лондон*, фр. *Frans De Waal* – рус. *Франс де Вааль*, нем. *der Gastarbeiter* – рус. *Гастарбайтер*.

2. Транскрипция, т.е. воплощение звукового образа слова в письме, письменное воспроизведение слов и текстов с учётом их произношения средствами определённой графической системы, реализуется в письменной речи, но теперь уже с помощью кириллического письма: англ. *Mergui Archipelago* – рус. *архипелаг Мергуи*, англ. *Myanmar* – рус. *Мьянма*.

3. Транскрипция с элементами транслитерации: англ. *Burlington House* – рус. *Берлингтон хаус*, англ. *rating* – рус. *рейтинг*.

4. Калькирование или калька – создание в русском языке новой языковой единицы для обозначения соответствующего явления на основе морфем и морфологических отношений, уже существующих в данном языке: англ. *backbencher* – рус. *заднескамеечник*, англ. *brain-drain* – рус. *утечка мозгов*.

Заимствования можно также классифицировать по тому, является ли заимствованное слово опосредованным или непосредственным. Непосредственное заимствование – это когда слово входит в русский язык прямо из языка-источника, а при опосредованном заимствовании существует язык-посредник.

Опираясь на мнение Д.Э. Розенталя [5: 32], можно выделить следующие этапы ассимиляции иноязычных заимствований, на которых происходят графические, фонетические, грамматические и семантические изменения:

1) Графическое освоение, т.е. иноязычное слово на письме передается средствами русского алфавита: англ. *supermarket* – рус. *супермаркет*; ит. *spaghetti* – рус. *спагетти*;

2) Фонетическое освоение, т.е. происходит изменение звукового облика заимствования посредством «приспособления» его к новым фонетическим нормам. К примеру, в русском языке отсутствует придыхательный звук *h*, который имеется во многих других языках. При ассимиляции в русском языке этот звук может заменяться на звук [г]: греч. *harmonia* – рус. *гармония*;

3) Грамматическое освоение, т.е. ассимиляция или приспособление заимствования к грамматике русского языка. К примеру, англ. *marker* – рус. *маркер*, русское слово получило мужской род, единственное число

Кроме того, существуют несколько способов адаптации англицизмов:

1. Суффиксация. Примерами могут служить такие слова, как «*брифинговый*» (от англ. *briefing* - рус. *брифинг*), «*имиджевый*» (от англ. *image* – рус. *имидж*.)

2. Префиксация. Яркими примерами служат слова *зачатиться* (от англ. *chat* – рус. *чат*), *зачекать* (от англ. *check* – рус. *чек*).

3. Префиксация и суффиксация. Данное явление характерно для глаголов, например, *отфотошопленный*, (от англ. *Photoshop* – рус. *Фотшоуп*).

Нередко грамматические изменения претерпевают иноязычные глаголы, путем добавления глагольных суффиксов и окончаний в русском языке, например: англ. *to google* – рус. *гуглить*;

4) Семантическое освоение, т.е. приобретение заимствованным словом такой семантической структуры, которая выделяет это слово в лексической системе как отдельную смысловую единицу. В зависимости от семантического освоения выделяют два типа:

1. заимствованные лексические единицы, которые почти не подверглись переосмыслению. Например, IT-термины, спортивная терминология, политика и экономика и т.п.: рус. *абстиненция* – англ. *abstinence*, рус. *смартфон* - англ. *smartphone*.

2. заимствования, в семантическом значении которых произошли какие-либо изменения, а именно: избирательность значения, сужение значения, расширение значения, приобретение нового значения [6: 1]. Например, “*feature*” [7], которое в английском языке является как существительным, так и глаголом. Однако в русский язык была заимствована только одна грамматическая категория: «фича» - специфическая характеристика какого-либо предмета.

Изучением причин заимствования англицизмов лингвисты занимались еще с начала XX века, но выявление этих причин происходило без должного определения и разделения внешних, неязыковых и языковых причин. Здесь следует упомянуть Э. Рихтера, о котором говорит в своей работе Л.П. Крысин. Э. Рихтер считал основной причиной заимствования «необходимость в наименовании вещей и понятий» [8: 12], а также эстетические, социальные, языковые, психические и т.д., необходимость в новых языковых единицах, синонимах, в кратности, в удобстве и т.п. Э. Рихтер рассматривал процесс заимствования в неразрывной связи с культурными связями двух языковых культур.

Поскольку на дальнейших этапах исследования нас будут интересовать англицизмы, которые используются при переводе фильмов следует рассмотреть три стадии адаптации заимствований-неологизмов к особенностям семантической и лексической систем русского языка:

1 – Окказионализмы – лексические единицы, которые были образованы применительно к данному случаю [9: 483];

2 – Переход окказионализмов в узус;

3 – Англицизм входит в систему русского языка и становится неологизмом [10].

Конечно, окказионализмы отличаются от неологизмов. Главное отличие состоит в том, что окказионализмы – это авторские неологизмы, которые используются один раз в каком-либо тексте или акте речи, которые также не фиксируются в словарях. Неологизмы – это новое слово или выражение, новое значение старого слова, которое употребляется повсеместно.

Делая вывод, можно предположить, что перевод рассматриваемых единиц представляет собой определенную трудность, способ перевода будет определяться особенностями ассимиляции англицизма, так как он подчиняется правилам русского языка, что требует от переводчика индивидуального подхода к каждой лексической единице. При этом не каждый англицизм может быть сохранен в русском языке из-за различий языков. В таких случаях зачастую используются слова-синонимы, которые исконно русские, но при этом являются эквивалентами по экспрессивно-стилистическим характеристикам или используется описательный оборот для передачи в переводе прагматического эффекта. В дальнейшем будет проведен анализ перевода на русский язык фильма «Однажды в... Голливуде».

## Литература и источники

1. Лингвистический энциклопедический словарь/ [Науч.-ред. совет изд-ва "Сов. энцикл.", Ин-т языкознания АН СССР]; Гл. ред. В. Н. Ярцева. - М.: Сов. энцикл., 1990. – 682 с.
2. Лотте Д.С. Вопросы заимствования и упорядочения иноязычных терминов и терминологических элементов/Д. С. Лотте; [Предисл. Т. Л. Канделаки, С. В. Гринева]. - М.: Наука, 1982. - 149 с.
3. Толковый словарь иноязычных слов [Текст]: Ок. 25000 слов и словосочетаний / Л. П. Крысин. – М.: Рус. яз., 2006. – 944 с.
4. Невирко Л.И. Англицизмы в современном русском языке/Л.И. Невирко// Сайт: [Сайт] – URL: <https://refdb.ru/look/2597448.html> (дата обращения: 10.03.2021).
5. Розенталь Д.Э. Практическая стилистика русского языка/Д.Э. Розенталь/учебник для вузов. — 5-е изд., испр. и доп. — М.: Высшая школа, 1987. — 399 с.
6. Фролова О.А. Семантическое освоение заимствований/О.А. Фролова//Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2010. – С. 283 – 286.
7. ЦРК БИ (Центр Развития Компетенций в Бизнес-Информатике) НИУ ВШЭ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://hsbi.hse.ru/articles/ficha-cto-eto-znachit/>, свободный (дата обращения: 02.03.2021).
8. Иноязычные слова в современном русском языке [Текст]/Сост. Л.П. Крысин – М.: Наука, 1968. – 208с.
9. Крысин Л. П. Толковый словарь иноязычных слов. — М.: Русский язык. 2001.
10. Сеницын А.В. Функционирование англоязычных заимствований-неологизмов в медийном дискурсе французского языка : автореферат дис. ... кандидата филологических наук : 10.02.05 / Сеницын Артем Витальевич; [Место защиты: Моск. гос. лингвист. ун-т]. - Москва, 2014. - 23 с.

*Научный руководитель - канд. филол. наук, доцент Кузнецов Д.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

**УДК: 81-26.347.78.034**

## **СПОСОБЫ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПРЕССИИ ПРИ СОЗДАНИИ ПЕРЕВОДНЫХ СУБТИТРОВ**

***Макарова Ю.О.***

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[makarova-99@yandex.ru](mailto:makarova-99@yandex.ru)

Данная статья посвящена процессу субтитрирования, а также переводу субтитров. Актуальность перевода субтитров связана с растущим спросом на просмотр фильмов и сериалов с переводными субтитрами. Это, в свою очередь, обусловлено возможностью слышать естественную речь носителей языка без искажения интонаций, в том числе в образовательных целях, а также возможностью смотреть фильмы и сериалы, не дожидаясь дубляжа. В частности, в настоящей статье рассматриваются основные характеристики субтитров, технические особенности и ограничения субтитрирования, а также связанные с этим задачи переводчика. Особое внимание уделяется способам достижения компрессии при переводе субтитров с английского на русский язык. Исследование проведено на материале английских субтитров к научно-фантастическому сериалу “Stranger Things” и их перевода на русский язык. Компрессия используется для устранения избыточности в тексте субтитров, что облегчает зрительское восприятие. Принцип компрессии заключается в передаче смысла оригинального текста более компактно. При этом в переводе важно сохранить

семантику и экспрессию оригинальных высказываний. Для сокращения длины субтитра используется опущение избыточных элементов, а также упрощение синтаксической структуры. Возможно опущение таких элементов, как вводные конструкции, междометия, обращения, опущение формы вежливости, опущение однородных членов и др. В результате проведенного исследования было выделено три вида компрессии, используемых при переводе субтитров, а именно: морфологическая, лексико-семантическая и синтаксическая компрессия.

**Ключевые слова:** перевод, субтитры, субтитрование, перевод субтитров, переводческая стратегия, компрессия

## WAYS OF COMPRESSION IN THE CREATION AND TRANSLATION OF SUBTITLES

*Makarova Yu. O.*

Kemerovo State University

The paper focuses on the process of subtitling and translating subtitles from English into Russian. Today, an increasing number of Russian viewers prefer to watch films and series with translated subtitles. This way, they can hear natural speech without distorted intonations and enjoy many benefits, including those for learning a foreign language. The article defines the concept of subtitles, describes the technical features and limitations of subtitling, and determines the tasks of subtitle translators. Special attention is drawn to ways of compression in translating subtitles from English into Russian. The study was based on the comparison between the English subtitles for the science fiction series “Stranger Things” and their Russian translation. Compression is used to convey the meaning of the original text in a compact way, removing redundancy at various levels and thus facilitating the viewer’s perception. At the same time, it is important to preserve the semantics and expressiveness of the original utterances in translation. The length of the subtitle can be reduced by simplifying the syntactic structure or omitting redundant elements such as introductory constructions, interjections, addresses, forms of politeness, homogeneous parts, etc. Our study revealed three types of compression used in the translation of subtitles, namely morphological, lexical-semantic, and syntactic.

**Keywords:** translation, subtitles, subtitling, subtitle translation, translation strategy, compression.

На сегодняшний день для просмотра фильмов и сериалов с оригинальной звуковой дорожкой всё чаще используются переводные субтитры. Актуальность переводных субтитров обусловлена несколькими факторами, такими как возможность слышать естественную речь носителей языка без искажения интонаций, просмотр фильмов и сериалов, не дожидаясь дубляжа. Также субтитры могут выступать в роли образовательного материала и позволяют людям, изучающим языки, легче воспринимать иностранную речь на слух.

Согласно «Толковому словарю иноязычных слов» Л. П. Крысина, понятие субтитра означает «надпись в нижней части кадра кинофильма, которая представляет собой запись или перевод речи персонажей» [1].

Переводные субтитры используются в основном для передачи реплик персонажей и надписей в кадре, например, указателей или названий учреждений. Сложность в создании переводных субтитров заключается в необходимости уместить весь необходимый текст в ограниченное пространство и определенные временные рамки. Каждая строка субтитра не должна превышать 42 знаков, так как зритель воспринимает письменный текст медленнее, чем речь на слух. Возможное количество строк — 2, при этом каждый субтитр, по возможности, должен представлять законченную фразу или предложение. Для этого переводчик должен использовать простые, легко считываемые синтаксические конструкции, которые максимально отражают смысл оригинального текста.

Одной из широко используемых переводческих стратегий при переводе субтитров является компрессия. Как отмечает Е. Ю. Шамлиди, компрессия является наиболее ярким принципом языковой экономии в переводческой деятельности [2]. Компрессия при создании переводных субтитров облегчает зрительское восприятие, позволяет легко и быстро считывать информацию. Данный прием состоит в использовании более емких семантических единиц языка для более компактного изложения мысли на другом языке. Компрессия позволяет уменьшить объем текста и сделать его более лаконичным. Согласно В. Н. Комиссарову, «компрессия становится возможной благодаря информационной избыточности речи» [3].

Материалом для данного исследования послужили субтитры к американскому научно-фантастическому сериалу “Stranger Things” и их перевод на русский язык.

В результате проведенного исследования были выявлены следующие виды компрессии, используемые при создании переводных субтитров: морфологическая, лексико-семантическая и синтаксическая.

К морфологической компрессии можно отнести замену словосочетаний аббревиатурами и сложносокращенными словами.

00:07:20.148 *...and has access to a super-powered handcrafted radio tower. ...и у кого есть уникальная суперадиостанция.* В приведенном примере словосочетание “super-powered radio tower” было переведено одним словом «суперадиостанция», что значительно сокращает длину субтитра.

Примерами лексико-семантической компрессии могут являться замена полнозначного глагола глаголом широкой семантики, замена слова, требующего развернутого пояснения, опущение однородных членов, опущение вводных конструкций, опущение обращения, опущение междометий и формул вежливости.

Использование приёма лексико-грамматической компрессии можно легко проследить в следующем примере:

0:15:45.440 *Well, why do you think I want it to be nice and quiet? – А зачем, по-твоему, я хочу, чтобы там было тихо?* В данном примере был опущен избыточный компонент в парных синонимах “nice and quiet”, так как они выражают одно и то же значение.

Рассмотрим еще один пример:

00:01:47.230 *A shadow grows on the wall behind you, swallowing you in darkness. – Тень растет на стене за твоей спиной, проглатывая тебя.* В данном примере автор субтитров опустил слово “darkness” («темнота»), так как семантика слова «тьень» уже указывает на темноту.

Опущение междометий является наиболее частым видом такой компрессии, так как они добавляют в длину субтитра лишние знаки, а настроения и чувства персонажа можно видеть из самого кадра. Например, 0:16:16.850. *Oh, hey, morning, Flo. – Доброе утро, Фло.* 0:23:30.450 *Whoa. Ain't she a beaut? – Разве она не красавица?* В данном примере в переводных субтитрах опущены междометия “oh” и “whoa” для упрощения восприятия, так как данные эмоции отражены в оригинальной озвучке.

Синтаксическая компрессия включает в себя эллипсис, сжатие союзных конструкций, замену придаточного предложения сочетанием существительного с предлогом или причастным оборотом, членение сложных предложений с придаточными на простые.

Данный тип вид компрессии может проиллюстрировать следующий пример:

0:32:19.690 *I mean, it was buzzed nearly down to the scalp. – Тупа под ноль почти.* В данном предложении используется эллипсис с опущением глагола buzz в значении «брить». Данное опущение обосновано тем, что мы легко можем восстановить его из предыдущего контекста.

Таким образом, по результатам проведенного исследования можно заключить, что компрессия является одной из основных переводческих стратегий при переводе субтитров. Данная стратегия позволяет достичь легкости восприятия читаемого текста без потери основного смысла высказываний.

### Литература и источники

1. Крысин, Л. П. Толковый словарь иноязычных слов М.: Эксмо, 1998. – 746 с.
2. Шамлиди, Е. Ю. Речевая компрессия как одна из технологий устного перевода / Е. Ю. Шамлиди // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. – 2016. – № 3. – С. 133-141.
3. Комиссаров, В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). М.: Высш. шк., 1990. – 106 с.

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

УДК 811

### ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ И ПЕРЕВОДЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КИНОДИАЛОГА (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СЕРИАЛОВ И РУССКИХ СУБТИТРОВ)

*Райс К.О.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

ksenia.rais@gmail.com

Данный тезис посвящен вопросу определения кинодискурса, особенностей его изучения, а также рассмотрению лингвостилистики и перевода кинодиалога. В результате распространения зарубежных англоязычных фильмов и сериалов не только на официальных рынках кино, но и на различных виртуальных площадках повлекло за собой необходимость в переводе данного материала на русский язык для более комфортного просмотра зрителем, что делает исследование кинодискурса и аспектов кинодиалога все более актуальным на сегодняшний день. Целью настоящей работы является изучение лингвостилистического и переводческого анализов кинодиалога англоязычных сериалов и русских субтитров. Задачами данной работы можно считать определение теоретических аспектов киноперевода, а также сопоставительный лингвостилистический и переводческий анализ оригинала и перевода сериалов; раскрытие языковых особенностей кинодиалога, который представляет собой важнейшую составляющую особой семиотической системы – текста кино. По причине существования социолингвистических отличий в регистре общения, наблюдаются различия в употреблении речевых формул-клише, синтаксические и лексические несходства в оформлении речевых актов на иностранном языке и языке перевода. Из-за этих причин происходят сложности при достижении адекватного и эквивалентного перевода. Именно в этом и проявляется актуальность изучения данного вопроса. В связи с небольшим количеством материалов на тему перевода кинодиалогов, этот предмет изучения отличается своей новизной.

**Ключевые слова:** кинодиалог, кинодискурс, лингвостилистические приемы, переводческие трансформации, речь, исследование.

### LINGUO-STYLISTIC AND TRANSLATION ASPECTS OF FILM DIALOGUE (BASED ON THE MATERIAL OF ENGLISH-LANGUAGE SERIALS AND RUSSIAN SUBTITLES)

*Rais K.O.*

Kemerovo State University

The paper is devoted to the definition of film discourse, the features of its study, as well as the consideration of linguistic stylistics and translation of film dialogue. Because of the spread

of films and TV series in English not only on the official cinema markets, but also on various virtual platforms, it became necessary to translate this material into Russian for the Russian audience, which makes the study of film discourse and aspects of film dialogue more relevant today. The purpose of this work is to study the linguistic, stylistic and translation analysis of the film dialogue of English-language serials and Russian subtitles. The tasks of this research involve some theoretical aspects of film translation, as well as a comparative linguistic, stylistic and translation analysis of the original serials and their translations; analysis of the linguistic features of dialogue, which is the most important component of a special semiotic system - the text of cinema. Due to the existence of sociolinguistic differences in the communication register, there is a difference in the use of speech cliché formulas, syntactic and lexical differences in the form of speech acts in a foreign language and the target language. It is because of these reasons that difficulties arise in achieving an adequate and equivalent translation.

**Key words:** film dialogue, film discourse, linguo-stylistic devices, translation transformations, speech, research.

Затрагивая тему кинодиалога нельзя не упомянуть о кинодискурсе и важности его исследования. Кинодискурс – это лингвистический и семиотический феномен культуры, имеющий отношение к цивилизационным ценностям, накапливаемым населением земли с конца девятнадцатого – начала двадцатого веков по настоящее время. Нужно отметить, что сейчас исследование лингвистической специфики кинодискурса только начинается.

Переводчик должен правильно передать не только общее значение коммуникации персонажей кинодиалога, но и использовать при этом грамотно подобранные лингвостилистические и переводческие приемы, чтобы с практической точностью передать информацию с той же эмоционально-экспрессивной окраской, что использовалась на языке оригинала. Соответственно, одна из основных проблем перевода кинодиалога заключается в сохранении естественности звучания с иностранного языка на язык перевода. Об определенной необходимости достижения функционально-коммуникативной аналогии писал В.К. Ланчиков. Диалог в естественных условиях осуществляется путем следования определенным правилам, которые разнятся во многих языковых культурах. Исследователь отмечал, что речи свойственны две противоборствующие тенденции, а именно: «стремление к свободному построению единиц и стремление к шаблону, к использованию готовых речевых формул». Существуют социолингвистические отличия в регистре общения, наблюдается разница в употреблении речевых формул-клише, синтаксические и лексические несходства в оформлении речевых актов на иностранном языке и языке перевода. Лингвисты, рассматривая диалог как сложный речевой акт, сделали вывод, что он основывается на явлении «иллокутивного вынуждения» (терминология А. Н. Баранова и Г. Е. Крейдлина). В каждый речевой акт входит иллокуция (цель говорящего), локуция (произнесение) и перлокуция (результат речевого воздействия на слушающего) [2, с. 84-85]. Все эти части речевого акта должны быть учтены при переводе кинодиалога. Принимая во внимание цель говорящего и результат речевого воздействия на слушающего может помочь обеспечить прагматическую эквивалентность в языке перевода.

Для получения адекватного перевода, стоит уделить внимание лингвостилистическому аспекту. Функция применения стилистических приемов может быть разной, к примеру: выделение главных тем и мотивов; раскрытие мотивировки события и поступков; передача эмоционального, оценочного и экспрессивного отношения; воплощение переживаний, которые нельзя выразить обычными словами. Примеры помогут лучше понять важность настоящего аспекта.

Penny: So is it serious? Do you like her? (Так у вас все серьезно? Она тебе нравится?)

Leonard: *I don't...* That's two different questions. (*Я не...* Вообще-то, это два разных вопроса.) – “The Bing Bang Theory”, season 1, episode 5.

В данном диалоге мы можем наблюдать использование апозиопезиса, т.е. внезапной остановки речи в реплике второго персонажа, что делает ее незаконченной. Апозиопезис использован с целью передать эмоциональность речи в расчете на то, что концовка предложения будет додумана зрителем.

Следующий лингвостилистический прием может наблюдаться нами в диалоге из сериала “Terminator: The Sarah Connor Chronicles”, season 2, episode 22:

James Ellison: I just wanted the girl to be safe. (Я просто хотел защитить девочку.)

Sarah Connor: So *did I*. (Как и я.)

Использование инверсии, т.е. перестановки обычного порядка слов используется в данном кинодиалоге для придания всей фразе особой интонации и стилистической окраски, а также подчеркивания стилистической значимости предложения.

Стилистические приемы можно отметить также в сериале “Breaking Bad”, season 5, episode 16:

Skyler: If I have to hear one more time that *you did this for family*... (Мне что, опять слушать про то, что *ты делал все это ради семьи*...)

Walter: *I did it for me. I liked it. I was good at it. And I was really... I was alive.* (делал это ради себя. Мне это нравилось. Я был хорош в этом. *И я был по-настоящему*... я был живым.)

Такой стилистический прием как анафора используется в речи второго героя для того, чтобы коммуникант понял, как он расставил свои приоритеты. Более того, анафора важна здесь для придачи остроты и выразительности слов. Вторым стилистическим приемом в данном диалоге является апозиопезис, с помощью которого подчеркивается некая разочарованность жены в действиях мужа. Во второй реплике мы можем наблюдать также апозиопезис, но который уже показывает короткий процесс обдумывания слов.

Помимо такого аспекта, как лингвостилистика, переводчику необходимо помнить про использование переводческих трансформаций. Очевидным фактом является утверждение о том, что использование этих приемов помогает переводчику *максимально* корректно выполнить свою работу. Переводчики вынуждены обращаться к переводческим трансформациям из-за различия лексического состава двух языков, а именно в понятийной сфере и объеме слов. В переводе кинодиалога могут использоваться совершенно разные переводческие приемы, описанные в трудах Комиссарова В. Н. «Теория перевода» – М. Высш. Шк, 1990 и Бархударова Л. С. «Язык и перевод» – М.: Междунар. отношения, 1975. Классификация переводческих трансформаций решает сразу несколько задач: присутствие в руках переводчика полной гаммы средств, которые способны выразить значение; оправдание существования практики перевода и возможность дать лингвистическое объяснение любого различия при переводе. Чтобы понять механизм работы переводческих трансформаций обратимся к кинодиалогам из следующих сериалов:

Sandor: The prince *will remember* that, little *lord*. (Принц этого *не забудет*, маленький лорд.)

Tyrion: *I hope so*. If he forgets, be a good dog and *remind him*. (*Надеюсь*. Если он забудет, *то* будь хорошим псом, *напомни ему об этом*.) – “Game of Thrones”, season 1, episode 2.

В данном кинодиалоге наблюдаются следующие лексические и грамматические трансформации: замена словосочетания на антонимический перевод (используется здесь для достижения эквивалентности при помощи стратегии негативации. Will remember – не забудет); переводческая транслитерация (заимствование из английского языка слова lord – лорд, используется по причине отсутствия эквивалента в ПЯ); опущение (I hope so – надеюсь. Используется, т.к. остальные слова могут показаться избыточными в тексте); и добавление (в данной реплике переводчик добавил уместные слова. Remind him – напомни ему об этом).

Walter: I'm *quite well*, thank you. (Я *в порядке*, спасибо.)

Gus: No. Clearly *you are not*. No rational person would do as *you have done*. (Нет, видимо, *не в порядке*. Ни один человек в здравом уме не совершит то, что *сделали Вы*.) – “Breaking Bad”, season 3, episode 13.

В этом случае мы можем видеть такие грамматические трансформации как опущение (в реплике первого персонажа убирается слово, которое не несет большого смысла при переводе, а именно *quite* – довольно. Остается только наречие ‘*well*’); добавление (переводчик добавил фразу в ПЯ «не в порядке», т.к. присутствует формальная невыраженность семантических компонентов в ИЯ. *You are not* – не в порядке) и перестановка (данная трансформация используется для более натурального звучания на ПЯ. *You have done* – сделали Вы).

Sherlock: I know *a real gun when I see one*. (Я знаю, как *выглядит оружие*.)

Jeff: None of the others *did*. (А те другие *не знали*.) – Sherlock, season 1, episode 1.

В этом диалоге также просматриваются лексические и грамматические приемы перевода: генерализация (*gun* – оружие. Используется для более естественного звучания в ПЯ); опущение (переводчик опустил прилагательное ‘*real*’ и фразу, которая не несет особо большой смысловой нагрузки ‘*I see one*’); и конкретизация (используется, чтобы достичь большей точности высказывания. *Did* – не знали).

Подводя итоги всему выше сказанному, хочется отметить, что изучение кинодиалога и его аспектов помогает переводчикам лучше понимать, а соответственно, и справляться с поставленными переводческими задачами, которые присутствуют при работе с киноматериалами. Исследование лингвостилистических и переводческих аспектов позволяет переводчикам искусно, корректно и максимально естественно переводить кинодиалогическую речь с исходного языка на язык перевода, что несомненно делает просмотр кинофильмов и телесериалов комфортным для зрителей.

#### **Литература и источники**

1. Олянич А.В. «Кинодискурс», научный журнал «Дискурс-Пи», 2015. – 162-164 с.
2. Белецкая А.Ю. «Проблемы перевода кинодиалога». «Филологические науки. Вопросы теории и практики». Тамбов: Грамота, 2017. – 73-77 с.
3. Страхова В.Л. «Стилистика английского языка», 2006.
4. Комиссаров В. Н. «Теория перевода». - М. Высш. Шк. 1990, – 172-186 с.

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

**УДК 811**

### **ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ И ЭКСТРАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КИНОПЕРЕВОДА (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ФИЛЬМОВ ЖАНРА ТРИЛЛЕР)**

***Федорова Е.В.***

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[lightsblack@mail.com](mailto:lightsblack@mail.com)

Данная статья посвящена актуальным проблемам кинодискурса, его особенностям и таким связанным с ним явлениям, как киноперевод и его лингвистический и экстралингвистический аспекты. С появлением и развитием кинематографа до уровня целой системы, способной проявлять себя также, как способ межкультурного общения, появилась необходимость в его изучении. Цель этой работы – подробное рассмотрение и описание конкретных аспектов киноперевода с опорой на материал сценария фильма «Молчание ягнят». Задачи исследования заключаются в том, чтобы изучить понятия кинодискурса и киноперевода; разграничить лингвистические и экстралингвистические

аспекты и выявить их роли в кинопереводе; выделить и описать основные способы выражения данных аспектов. Актуальность и новизна работы связана с тем, что кино и киноперевод, как явления, появились не так давно, следовательно, степень их изученности достаточно низкая. Объектом данного исследования выступает перевод англоязычных произведений киноискусства на русский язык и его особенности, а предметом – лингвистические и экстралингвистические аспекты перевода с английского языка на русский на примере диалогов фильма «Молчание ягнят». Материал, использованный в работе: сценарий фильма Джонатана Дженни «Молчание ягнят».

**Ключевые слова:** кинодискурс, киноперевод, лингвистические и экстралингвистические аспекты, кинодиалог, сценарий, кинотекст.

## LINGUISTIC AND EXTRALINGUISTIC ASPECTS OF FILM TRANSLATION (BASED ON ENGLISH-LANGUAGE THRILLERS)

*Fedorova E. V.*

The paper is devoted to the current problems of film discourse, its peculiarities and such related phenomena as film translation and its linguistic and extralinguistic aspects. With the emergence and the progress of cinematography as a means of intercultural communication, it became a subject of scientific research. The purpose of this work is a detailed examination and description of specific aspects of film translation, based on the material from the script of the film "The Silence of the Lambs". The tasks of the research are to study the concepts of film discourse and film translation; to distinguish linguistic and extralinguistic aspects and identify their roles in film translation; to highlight and describe the main ways of expressing these aspects. The relevance and novelty of the work are consequences of the fact that cinema and film translation, as phenomena, appeared not so long ago, therefore, the degree of their study is rather low today. The object of this thesis is the translation of English-language films into Russian and its features, and the subject is the linguistic and extralinguistic aspects of translation from English into Russian using the example of the dialogues of the film "The Silence of the Lambs". Material used in the work: the script of the film "The Silence of the Lambs" by Jonathan Jenny, one of the most recognizable films of the thriller genre.

**Key words:** film discourse, film translation, linguistic and extralinguistic aspects, film dialogue, script, film text.

Тема работы: «Лингвистические и экстралингвистические аспекты киноперевода (на материале англоязычных фильмов жанра триллер)». Цель данной работы: подробное исследование и описание аспектов перевода кино с опорой на материал конкретного фильма жанра триллер («The Silence of the Lambs», 1991). Ее актуальность обусловлена тем, что кино и, как следствие, киноперевод – относительно современные и интенсивно развивающиеся в силу глобализации и интенсивного межкультурного общения явления, соответственно, они мало изучены и представляют интерес для исследований. Задачи, поставленные перед исследованием: рассмотреть понятия кинодискурса и киноперевода; разграничить лингвистические и экстралингвистические аспекты и выявить их роли непосредственно в кинопереводе; выделить и описать основные способы выражения данных аспектов. Таким образом, объект исследования – киноперевод англоязычных произведений киноискусства на русский язык и его особенности в контексте кинодискурса, а предмет – лингвистические и экстралингвистические аспекты перевода с английского языка на русский на примере диалогов фильма «Молчание ягнят». Материал, использованный в работе: сценарий фильма Джонатана Дженни «Молчание ягнят», являющегося классическим примером жанра триллер.

Данное исследование посвящено проблемам кинодискурса, киноперевода и его лингвистических и экстралингвистических аспектов. Цель данной работы – подробное исследование аспектов перевода кино с опорой на конкретный фильм жанра триллер.

Актуальность исследуемой темы связана с низкой степенью изученности киноперевода при интенсивно возрастающей потребности в нем.

В последнее время кинематограф занимает ведущее место в сфере развлечений и имеет существенное влияние на общество. Более того, кино стало средством межкультурного общения. Тем не менее, при всей популярности данного явления, оно еще мало изучено. Каждый современный человек задействован в процессе киноискусства, поскольку роль зрителя в киноиндустрии одна из важнейших. Соответственно, кино – объект изучения множества наук, в том числе философии, психологии, лингвистики, теории и практики перевода.

Лингвистика рассматривает киноязык, тяжелый для восприятия, в контексте понятия «кинодискурс». Это явление ученые определяют по-разному. А. Н. Зарецкая определяет кинодискурс как совокупность вербального компонента фильма, то есть целостного самостоятельного текста с аудиовизуальным рядом фильма и другими важными лингвистическими и экстралингвистическими факторами, влияющими на смысл фильма. Главные свойства кинодискурса, по мнению Зарецкой: связность, целостность, коммуникативная направленность, информативность и направленность на кинореципиента. Также она выделяет в данном контексте категорию «киносценарий». Другой исследователь, С. С. Назмутдинова, также занимающаяся проблемами кинодискурса, выделяет такое понятие как киноповествование, определяя его следующим образом: «форма вербально-иконического поведения, соотносимая с определенной ситуацией, культурой, временем, пространством и обладающая основными функциями, присущими языку, в котором осуществляется воздействие на кинореципиента». Это понятие также широко употребляется в киноведении, где трактуется как целостность, состоящая из множества компонентов, среди которых литературный базис фильма, представляющий собой сценарий, содержательно-смысловая сторона фильма и место данного произведения в киноискусстве. Первый и ключевой момент создания фильма – написание сценария, так как именно через него ведется передача главных идей фильма реципиенту. Как и у любого текста, у сценария всегда есть определенная структура, компоненты и направленность на конкретную аудиторию. Соответственно, есть определенные методы донесения информации до зрителя. Поскольку кино является средством межкультурного общения, необходимо рассматривать киноязык в рамках теории и практики перевода. По этой же причине киноперевод является особым, достаточно обособленным и самобытным видом переводческой деятельности. Важно помнить, что аудиовизуальный ряд на экране и сценарий неразрывно связаны и, следовательно, рассматривать вербальную и невербальную составляющие текста отдельно нельзя. Здесь возникают первые сложности при попытках грамотно подать информацию реципиентам. Дело в том, что киноязык несет в себе множество аспектов, которые необходимо учитывать для успешного перевода кинотекста. Для начала нужно разобраться с его структурой. В кинотексте можно выделить две тесно связанные системы. Исследователи киноперевода Г. Г. Слышкин и М.А. Ефремова в своих трудах приводят следующую классификацию этих систем: 1. Лингвистическая система состоит из: а) письменной части (титры и надписи); б) устной составляющей (звучащая речь актеров, закадровый текст и т.д.). 2. Нелингвистическая система: а) звуковая часть (шумы, музыка); б) видеоряд (образы персонажей, движения персонажей, интерьер, спецэффекты и т.д.). То есть, объект перевода – лингвистическая часть киноперевода, его лингвистический аспект, в первую очередь, кинодиалог, т.е. собственно речь персонажей. Кроме того, сюда же относятся: закадровая речь (внутренняя речь персонажей фильма, либо авторский комментарий), письменные тексты (начальные и конечные титры, интертитры, межъязыковые субтитры), песни. А экстралингвистический аспект обуславливает их. К этому аспекту киноперевода относят такие факторы, как культурная адаптация текста оригинала, целевая аудитория, соответствие между продолжительностью диалогов в оригинальном тексте и тексте перевода. Можно дать этим аспектам такие определения: 1) лингвистический аспект киноперевода – языковая

составляющая кинотекста; 2) экстралингвистический аспект – факторы, отражающие культурные особенности страны языка перевода. Так, например, лингвистический и экстралингвистический аспекты связаны в фильме «Молчание ягнят»:

Chilton: Will you be in Baltimore overnight...? Because this can be quite a fun town, if you have the right guide.

Clarice: I'm sure it's a great town, Dr. Chilton, but my instructions are to talk to Lecter and report back this afternoon.

Chilton: I see. Let's make this quick, then. I'm busy. Lecter carved up nine people – that we're sure of - and cooked his favorite bits. We've tried to study him, of course - but he's much too sophisticated for the standard tests. And my, does he hate us! Thinks I'm his nemesis...

Crawford's very clever, isn't he? Using you.

Clarice: How do you mean, Dr. Chilton?

Chilton: A pretty young woman, to turn him on? I don't believe Lecter's ever seen a woman in eight years. And oh, are you ever his "taste" - so to speak.

Clarice:

I graduated magna from UVA, Doctor. It's not a charm school.

Chilton: Good. Then you should be able to remember the rules.

Данный диалог взят из текста сценария оригинального языка, английского. Это момент разговора между Клариссой Старлинг, главной героиней фильма, по сюжету являющейся студенткой академии ФБР, проходящей практику в психиатрической клинике и главврачом больницы, Чилтоном.

Этот диалог в одном из вариантов русского перевода выглядит так:

Чилтон: Вы в Балтиморе до завтра? Я мог бы показать вам ночной город.

Клариса: Я бы с удовольствием, доктор Чилтон, но я должна провести беседу с Лектером и отчитаться этим же вечером.

Чилтон: Понимаю. Что ж, тогда не буду вас задерживать. Мы пытались его тестировать, но он слишком хитер для обычных тестов. Как же он нас ненавидит! Он думает, я его злейший враг. А Кроуфорд умно поступил, что отправил именно вас сюда?

Клариса: Что вы имеете ввиду?

Чилтон: Симпатичная девушка найдет к нему подход. У Лектора вот уже 8 лет не было женщины. А вы как раз в его вкусе! Образно выражаясь.

Клариса: Я заканчивала институт Вирджинии. А не пансион благородных девиц.

Чилтон: Хорошо, значит вы в состоянии запомнить правила.

Итак, лингвистический аспект здесь представлен речью персонажей, их диалогом. Чтобы избежать буквализмов, автор перевода использует различные переводческие трансформации. Но приемы, относящиеся к лингвистическому аспекту, обуславливают экстралингвистика. Экстралингвистический аспект здесь можно увидеть, во-первых, в том, что продолжительность диалога в оригинале примерно соответствует продолжительности диалога в переводе; во-вторых, диалог умело адаптирован авторами перевода под русскоговорящих реципиентов. Если рассмотреть возможные способы передачи экстралингвистического аспекта в переводе, то в данном диалоге важную роль играет преимущественно лингвостилистический прием, такой вид трансформации, как замена. Например, в реплике Чилтона «Thinks I'm his nemesis...» слово «nemesis» автор перевода заменил на выражение «злейший враг». Цель такого приема состоит в том, чтобы позволить русскоговорящему зрителю понять смысл высказывания, так как слова «Немезида» или «возмездие» в контексте данного диалога понятны не для каждого зрителя и недостаточно полно и достоверно выразили бы отношение одного персонажа к другому. Еще один пример выражения экстралингвистического аспекта через замену – реплика Кларисы «I graduated magna from UVA, Doctor. It's not a charm school.» и ее перевод «Я заканчивала институт Вирджинии. А не пансион благородных девиц.». Очевидно, что такое словосочетание как «пансион благородных девиц» создает гораздо более яркий образ у русскоговорящего реципиента и яснее выражает мысль, которую героиня пыталась

донести, чем абстрактное «charm school». Из данного диалога можно подчеркнуть, что экстралингвистический аспект при переводе выражается лингвистическим, и при этом эти аспекты неразрывно друг с другом связаны.

Подводя итог, можно сделать вывод, что аспекты киноперевода зависят друг от друга, вместе функционируют и являются частью такой огромной системы, такого социально-культурного феномена, как кино. В эту систему входят множество аспектов, факторов и понятий, и все эти явления являются сложными для изучения и требуют большого объема знаний и опыта.

#### **Литература и источники:**

1. Комиссаров В. Н. «Теория перевода». - М. Высш. Шк. 1990
2. Кинодиалог. Образ-смысл. Перевод: коллективная монография / В.Е. Горшкова, Е.А. Колодина, Е.А. Кремнёв, И.П. Федотова, Е.О. Фирсова; под общ. ред. В.Е. Горшковой. – Иркутск: МГЛУ, ЕАЛИ, 2014 с. 155
3. Швейцер, А.Д. Теория перевода: Статус, проблемы, аспекты / А.Д. Швейцер. – М.: Наука, 1988. – с. 215
4. Слышкин Г.Г., Ефремова М.А. Кинотекст (опыт лингвокультурологического анализа). – М.: Водолей Publishers, 2004. – 153 с.

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

**УДК 81-26.347.78.034**

### **ПЕРЕВОД НАУЧНОЙ СТАТЬИ С РУССКОГО ЯЗЫКА НА АНГЛИЙСКИЙ (ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ И СТРУКТУРНО-ЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ)**

***Филимонов А.К.***

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[A\\_K\\_Filimonov@mail.ru](mailto:A_K_Filimonov@mail.ru)

Тема данной статьи была навеяна возросшим интересом российских ученых к публикации своих работ в зарубежных журналах для большего охвата аудитории и получения признания в мировом научном сообществе. Поскольку большинство российских авторов продолжают писать свои статьи на русском языке и вынуждены прибегать к услугам переводчиков для перевода своих трудов на язык международного общения – английский, перевод текстов данного жанра как никогда актуален. Более того, его актуальность постоянно повышается в связи с растущими объемами проводимых исследований и высокой потребностью ученых в публикации своих работ в авторитетных международных изданиях. Для облегчения процесса перевода русскоязычных научных статей на английский язык мы провели исследование особенностей научных статей на указанных языках. Несмотря на то, что сегодня отмечается адаптация русскоязычного стиля научной статьи, приближающая его к аналогичному стилю английского языка, в русских и английских статьях все же наблюдаются характерные различия. Цель проведенного исследования состояла в том, чтобы изучить специфику жанра научной статьи на английском и русском языках и сформулировать рекомендации по переводу научных статей с русского языка на английский. В статье рассматриваются лингвостилистические и структурно-логические аспекты перевода. Также в статье приводятся примеры из русскоязычной статьи, переведенной нами самостоятельно в рамках данного исследования в соответствии с составленными рекомендациями.

**Ключевые слова:** перевод, научный стиль, научная статья, лингвистический аспект, стилистический аспект, структурный аспект, логический аспект.

## TRANSLATION OF SCIENTIFIC ARTICLES FROM RUSSIAN INTO ENGLISH (LINGUOSTYLISTIC, STRUCTURAL AND LOGICAL ASPECTS)

*Filimonov A.K.*

Kemerovo State University

The subject of this article was inspired by an increased interest of Russian authors in publishing their papers in foreign journals in order to reach a larger audience and gain recognition in the world scientific community. Since most Russian scientists still write their papers in their native language and have to have them translated into English for publication in peer-reviewed international journals, the demand for high quality translation of scientific articles is constantly on the rise. To facilitate the process of translating Russian scientific articles into English, we conducted a study of their peculiarities in these languages. Despite the on-going adaptation of Russian academic style, which brings it closer to English academic style, we can still find some distinct differences between Russian and English articles. Our aim was to study their typical features and make a list of recommendations for translators of scientific articles from Russian into English. This paper discusses linguostylistic, structural and logical aspects of translation. These aspects are illustrated by examples from the Russian article that we translated in accordance with the recommendations given.

**Key words:** translation, academic style, scientific article, linguistic aspect, stylistic aspect, structural aspect, logical aspect.

Научный стиль как один из функциональных стилей характеризуется строгим, логическим и объективным изложением информации. Научный стиль присущ, в первую очередь, письменной речи, однако, по мере расширения межкультурных связей и проведения большого количества различного рода конференций, роль устной формы научной речи также растет. В данной работе рассматриваются некоторые особенности жанра научной статьи в русском и английском языках, релевантные для перевода письменной формы научного стиля.

Научная статья представляет собой научное сочинение относительно небольшого размера, публикуемое в сборнике, журнале или непериодическом издании. В статье обычно ставятся более частные вопросы, чем в монографиях, однако нередко бывали случаи, когда не монография, а небольшая статья надолго определяла развитие языкознания [1].

Рассмотрим основные структурные особенности жанра научной статьи.

Любая научная статья имеет:

1. Заголовочный комплекс, выполняющий две функции – ономастическую (заголовок отличает один текст от другого) и контактно-устанавливающую (заголовок прямо указывает на объект исследования);
2. Интродуктивный коммуникативный блок (ИКБ), который может быть представлен отдельной главой в монографиях или несколькими абзацами в статье;
3. Основные коммуникативные блоки (ОКБ), представленные главами, а внутри глав разделами или параграфами;
4. Заключительные коммуникативные блоки (ЗКБ) – заключение, послесловие, выводы [2].

В английском же языке при написании научной статьи авторы пользуются своей системой структуризации работ.

Так, при рассмотрении структуры научных работ, Пардеде выделяет наиболее распространенную модель структурирования, которая обозначается аббревиатурой «AIMReDCaR», которая, при переводе составляющих на русский язык, выглядит следующим образом: «АВМРОС». Состоит эта система из следующих компонентов:

1. Аннотация;

2. Ведение;
3. Методология (методы и материалы);
4. Результаты;
5. Обсуждение;
6. Заключение;
7. Список источников [3].

С точки зрения лексики, при переводе научных статей с русского языка на английский следует учитывать разницу в степени экспрессии определенных слов, поскольку несмотря на то, что стиль научной статьи в любом языке довольно сдержан и строг, русский научный стиль остается более строгим. При этом интересной особенностью становится использование усилительных наречий, которые выступают в научных текстах в качестве основного модально-экспрессивного средства. К таким наречиям относятся: *absolutely* – абсолютно, *extremely* – чрезвычайно, *entirely* – совершенно, *deeply* – глубоко (сильно), *highly* – крайне, *utterly* – безусловно, абсолютно, *strongly* – весьма, чрезвычайно, *weakly* – слабо, *virtually* – практически и т.д. Следовательно, при переводе таких слов целесообразно увеличивать степень экспрессии.

С точки зрения семантики, следует заметить, что в обоих языках наблюдается тенденция к десемантизации глагола. Существует большая группа глагольных словосочетаний (так называемых «компонентов глагольно-именных сочетаний»), в которой главная смысловая нагрузка смещается на имя существительное, обозначающее действие, а глагол выполняет грамматическую роль.

Формы лица глагола и личные местоимения в научном стиле также употребляются в соответствии с передачей абстрактных значений. Практически не используются формы 2-го лица и местоимения *ты, вы*, так как они являются наиболее конкретными. Невысокая частотность употребления и у форм 1-го лица единственного числа. Наиболее употребительными в научной речи становятся отвлеченные по значению формы 3-его лица и местоимения *он, она, оно*. Местоимение *мы*, кроме употребления авторского *мы*, вместе с формой глагола зачастую выражает значение разной степени отвлеченности и обобщенности в значении «мы в совокупности» (я и соавтор/аудитория): *Мы приходим к результату. Мы можем прийти к заключению* [4].

Свидетельством все той же тенденции научного стиля к отказу от глагольных форм является и частое использование отглагольных прилагательных с предлогами вместо глаголов: *to be attendant on, to be destructive of, to be tolerant of, to be conductive to, to be responsive to, etc.*

Синтаксические различия русских и английских научных статей включают в себя, например, различный объем простых предложений в тексте. Несмотря на то, что в русском языке появилась тенденция к повышению количества простых предложений в тексте, около 70% предложений остаются осложненными [5].

В английском же языке, согласно подсчетам О.Г. Лебедевой, простые предложения составляют, в среднем, свыше 50% от общего числа предложений в научном тексте [6].

Таким образом, при переводе научной статьи с русского языка на английский язык следует учитывать следующие особенности:

1. Лексика англоязычной научной статьи тяготеет к большей экспрессии, следовательно, при переводе возможно повышение экспрессивной составляющей.

Пример: «*За последние несколько десятилетий расширилось участие детей и подростков в спорте в более раннем возрасте, а также более активное участие и специализация в спорте в очень раннем возрасте*». – “*The last few decades saw an increased participation of children and adolescents in sports at younger ages, as well as active participation and specialization within a sport at extremely young ages.*”

В данном примере мы видим замену нейтрального наречия “очень” на стилистически окрашенное наречие “*extremely*”. Данная замена может быть произведена ввиду менее строгих правил написания научной статьи на английском языке.

2. Семантически русскоязычная статья не претерпевает значительных изменений при переводе.

Пример: «Травмы при занятиях спортом возникают относительно редко по сравнению с другими видами травматизма, и составляют около 3% от общего числа травм». – “Sports-related injuries happen relatively rarely, when compared with other causes of traumatism, and comprise about 3% of the total number of cases.”

Как мы можем наблюдать на данном примере, перевод не требует внесения каких-либо заметных изменений.

3. Синтаксис англоязычной статьи несколько проще, поэтому при переводе следует делить сложные предложения на несколько простых.

Пример: «Большинство спортсменов предпочитали продолжать заниматься спортом даже с болью, а 49,7% из тех, кто остался в спорте, сообщили, что боль в плече повторяется». – “Most athletes chose to keep training despite the pain. 49.7% of those who continued with the sport reported of repeated episodes of pain.”

Данный пример иллюстрирует разделение сложного предложения на два более простых.

Сегодня в русском языке наблюдается тенденция к уподоблению стиля научной статьи англоязычному стилю. Данная работа была выполнена в целях упрощения перевода таких статей.

### Литература и источники

1. Кожина, М. Н. Стилистический энциклопедический словарь русского языка. М.: Флинта, 2011. — 696 с.

2. Скребнев, Ю. М., Кузнец М. Д. Стилистика английского языка, М.: Высшая школа, 2000. — 260 с.

3. Pardede P. SCIENTIFIC ARTICLES STRUCTURE// Scientific Writing Workshop. Jakarta. – 2012. – 15 с.

4. Балыхина, Т.М., Лысякова, М.В., Рыбаков, М.А. Учимся общению: Учебный курс русского языка и культуры речи для учащихся высших учебных заведений России. — М.: изд-во РУДН, 2004. — 488 с.

5. Трошева, Т.Б. Функционирование предложения в научных текстах XVIII–XX веков // Очерки истории научного стиля русского литературного языка XVIII–XX вв. / Под ред. М.Н. Кожинной: В 3 т. Т. 1.: Развитие научного стиля в аспекте языковых единиц различных уровней. Пермь: Изд-во Перм. ун-та, 1994. Ч. 2. Синтаксис. С. 4-44.

6. Лебедева, О. Г. Стилистико-грамматические особенности английского текста // Филология и лингвистика: проблемы и перспективы: материалы международной заочной научной конференции. - Челябинск: Два комсомольца, 2011. - С. 35-37.

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

УДК 81

### КЛАССИФИКАЦИЯ РЕАЛИЙ НА ПРИМЕРЕ СЛАВЯНСКОГО ФЭНТЕЗИ

*Яцун О.О.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[zweyoo@rambler.ru](mailto:zweyoo@rambler.ru)

Данная статья посвящена такому феномену, как англоязычное славянское фэнтези, а именно вопросу классификации славянских реалий и их переводу с английского языка на русский на материале трилогии «Зимняя ночь» (*Winter Night Trilogy, 2017*) авторства Кэтрин Арден и романа «Бессмертный» (*Deathless, 2011*) Кэтрин М. Валенте, действия

которых разворачиваются в России в разные исторические периоды, от IX века до Великой Отечественной войны. Феномен англоязычного славянского фэнтези заключается в том, что для автора славянская культура – чужая, но для создания достоверного фантастического хронотопа ему приходится инкорпорировать в текст слова-реалии, значение или форму которых он порой знает хуже, чем переводчик, в руки которого славянское фэнтези попадает, оказавшись на русском рынке. Так, переводчику романа Кэтрин М. Валенте пришлось исправлять авторское «Nadya Konstantinovna Krupskaya» на знакомое русскоязычному читателю «Надежда Константиновна Крупская»: авторский вариант выглядел бы нелепо в русском переводе. В статье приводятся различные подходы к определению термина «реалия», а также различные классификации, которые иллюстрируются примерами из рассматриваемого материала.

**Ключевые слова:** художественный перевод, реалии, перевод реалий, славянское фэнтези

## CLASSIFICATION OF REALIA BASED ON SLAVIC FANTASY

*Yatsun O. O.*

Kemerovo State University

This article features the phenomenon of English-language Slavic fantasy, namely the classification of Slavic realia and their translation from English into Russian on the basis of the *Winter Night Trilogy* (2017) by Catherine Arden and *Deathless* (2011) by Catherine M. Valente. The action of these books unfolds in Russia in different historical periods, from the IX century to WWII. The phenomenon of the English-language Slavic fantasy lies in the fact that Slavic culture is alien to the author, who, in order to create a reliable fantastic chronotope, uses realities, whose meaning or form she is not sure about, unlike the translator who adapts the book for Russian market. For instance, the translator of Valente's novel had to correct the author's variant of "Nadya Konstantinovna Krupskaya" into "Nadezhda Konstantinovna Krupskaya" as this version would have looked ridiculous to the Russian-speaking reader. The article also describes various approaches to the definition of the term "realia", as well as various classifications, which are illustrated by examples from the abovementioned books.

**Keywords:** translation of fiction, realia, translation of realia, Slavic fantasy

Перевод реалий на иностранный язык по сей день является сложной, но интересной темой для лингвистов и филологов. Реалии передают культурные и исторические особенности народов. Последнее время все больше англоязычных авторов пробует себя в жанре так называемого славянского фэнтези. Чтоб погрузить своего читателя в славянскую культуру, иностранный автор, не являющийся ее носителем, должен хорошо понимать значение реалий славянских стран. В этой связи часто возникает следующий парадокс: когда англоязычное славянское фэнтези попадает на русский рынок, переводчик оказывается в более выигрышном положении, чем автор, так как он является частью той лингвокультуры, которую англоязычный автор выбрал в качестве антуража для своего произведения. Среди таких авторов, пожалуй, наиболее известны на сегодняшний день Кэтрин Арден, написавшая трилогию «Зимняя ночь», и автор книги «Бессмертный» Кэтрин М. Валенте. Хронотоп «Зимней ночи» – Русь XI века, когда христианство только начало распространяться. В «Бессмертном» же действие происходит в первой половине XX века, от Октябрьской Революции до Второй мировой войны. Использование авторами разных временных промежутков позволяет рассмотреть использование реалий не только достаточно современных, но и более древних.

По сей день вопрос классификация реалий вызывает споры среди филологов и лингвистов. Реалия является сложным и многоаспектным явлением в языке, поэтому иногда бывает сложно однозначно отнести к данному явлению определенную лексему.

Само слово «реалия» обозначает предметы, обычаи, национальные особенности, исторические факты и процессы, которые не имеют эквивалентов в иностранных языках. Многие лингвисты создали своё определение «реалии». Например, Л. Н. Соболев считает, что термин «реалии» обозначает бытовые и специфические национальные слова, а также обороты, которые не имеют аналогов в быту других стран, а значит и в их языках [1, с. 290]. Л. С. Бархударов под «реалиями» понимает слова, обозначающие предметы, понятия и ситуации, не существующие в опыте иноязычных людей. Он относит сюда предметы «материальной и духовной культуры»: национальные одежду, обувь, еду, танцы, политические учреждения и явления. [2, с. 95]

Как трудно дать определение слову «реалии», так же трудно дать и их классификацию. Каждый лингвист классифицирует их своим способом, основываясь на определённую форму или лексические, фонетические или морфологические особенности. Классификация помогает переводчику понять значимость слова-реалии для контекста.

К примеру, А. А. Реформатский разделил реалии по предметно-языковому принципу [3, с. 249]. Если мы применим его классификацию к исследуемому материалу, то получим следующие примеры: имена собственные, среди которых будут как «говорящие», так и просто имитирующие славянский контекст (Vasilisa – Василиса, Yelena – Елена, Yekaterina – Екатерина, Marya Morevna – Марья Моревна, Ivan Nikolayevich Geroyev – Иван Николаевич Героев, Kseniya Yefremovna Ozernay – Ксения Ефремовна Озёрная, Dmitri Grigorovich – Дмитрий Григорьевич, Leonid Belyayev – Леонид Беляев), валюта (ruble – рубль), должности и обозначения лиц, а также обращения и титулы при именах, среди которых будут как реальные, так и выдуманные (tsar – царь, tsarevna – царица, tsarevich – царевич, velikiy knyaz – великий князь, gosudar – государь, gospodin – господин, boyar – боярин; Tsar of Life Koschei the Deathless – царь жизни Кощей Бессмертный, Tsar of Death Viy – царь смерти Вий, knyaz Oleg – князь Олег, velikiy knyaz Dmitrii – великий князь Дмитрий, great khan Genghis Khan – великий хан Чингизхан), детали костюма и украшения (kokoshnik – кокошник, sarafan – сарафан), кушанья и напитки (blini – блины, vereniki – вареники, kvass – квас, ukha – уха, myod – мёд, медовуха, vodka – водка, borscht – борщ, kasha – каша) и т.д.

Стоит сказать, что отнесение имён собственных к реалиям всегда было спорным вопросом. К примеру, если А. А. Реформатский выделяет имена собственные как реалии, то Л. С. Бархударов выделяет их как отдельное понятие. С. Влахов и С. Флорин поддерживают Л. С. Бархударова, однако делают исключение для так называемых «говорящих имён», так как они имеют помимо назывной функции коммуникативную [4, с. 59]. К примеру, имена персонажей фольклора (bannik – банник, domovoi – домовый, dvorovoi – дворовой, polunochnitsa – полуночница, Koschei the Deathless – Кощей Бессмертный, Baba Yaga – Баба Яга, vila – вила, chyerti – черти, leshy – леший) или персонажей (лошадь в трилогии «Зимняя ночь» звали Solovey – Соловей, так как это превращённая птица соловей, персонаж Lebedeva – Лебедева в «Бессмертном» названа так, потому что она похожа внешне на лебедя, а также в одной сцене превращается в эту птицу, Иван имеет фамилию Geroyev – Героев, так как в славянских сказках главные мужские персонажи, которые спасают девушек и побеждают зло, имеют имя Иван).

Классификацию конкретно славянских реалии предложили Е.М. Верещагин и В.Г. Костомаров. Они выделяют советизмы; слова, относящиеся к традиционному быту; слова, относящиеся к новому быту; фразеологические единицы; историзмы; слова из фольклора; антропонимы; топонимы; коннотативные слова [5, с. 65]. Советизмами являются слова, появившиеся в период после 1917 года и описывающие советский период истории России. Так как действия трилогии «Зимняя ночь» происходит во времена Древней Руси, то данные реалии появляются только в книге «Бессмертный». Как пример, можно привести komityet – комитет, kulak – кулак, bolshevik – большевик, menshevik – меньшевик, soviet – совет. К словам традиционного

быта можно отнести banki – банки, balalaika – балалайка, gusli – гусли, samovar – самовар, luchina – лучина, banya – баня. К словам нового быта относятся слова, называющие более современные явления. Чаще всего такие слова имеют эквиваленты в иностранном языке. Фразеологическими единицами называют свойственные определённому языку устойчивые словосочетания. Следующим пунктом в классификации идут историзмы, то есть слова, которые означают предметы и явления из предшествующих исторических периодов, например, decembrists – декабристы, boyar – боярин. Реалии, представленные словами из фольклора, называют образы народного творчества, такие как Likho – Лихо, Baba Yaga – Баба Яга, leshy – леший, bogatyr – богатырь, Snegurochka – Снегурочка.

Антропонимами называют имена собственные, которые вызывают определённые ассоциации. Обычно это имена людей, которые внесли определённый вклад в культуру и историю. Можно отнести такие примеры из книг, как Stalin – Сталин, Vladimir Ilyich Lenin – Владимир Ильич Ленин, Nadya Konstantinovna Krupskaya – Надежда Константиновна Крупская, Aleksandra Fedorovna – Александра Фёдоровна. К славянским топонимам относятся названия мест, вызывающие у носителя языка определённые ассоциации, например, St. Petersburg – Санкт-Петербург, Petrograd – Петроград, Leningrad – Ленинград, Neva – Нева, Moscow – Москва, Kiev – Киев, Odessa – Одесса. Последним пунктом в классификации являются коннотативные слова. Такие слова имеют вполне нейтральное значение и имеют перевод на иностранный язык, но этот перевод однако не передает литературные, эстетические, художественные и эмоциональные ассоциации, которые слово вызывает у носителя языка. В качестве примера можно привести comrade – товарищ, birch – берёза.

Обратим внимание на то, что имя жены В.И.Ленина в оригинале текста (Nadya Konstantinovna Krupskaya) не соответствует реальности, и если бы переводчик оставил авторский вариант «Надя Константиновна», русскоязычный читатель догадался бы, что автор романа не достаточно хорошо знаком с теми реалиями, которые пытается инкорпорировать в свое повествование.

Классификация реалий, как и передача их на иностранный язык, до сих пор широко изучается в научных кругах. Важно помнить, что реалии хранят в себе особую информацию, имеющую особое значение для носителя определённой национальной культуры, поэтому при их переводе важно понимание культуры, а также подбирание метода перевода под каждую отдельную реалию.

### **Литература и источники**

1. Соболев, Л. Н. О переводе образа образом / Л. Н. Соболев. – М.: ВХП, 1955. – 290 с.
2. Бархударов, Л. С. Язык и перевод / Л. С. Бархударов. – М.: Междунар. отнош., 1975. – 95 с.
3. Реформатский, А. А. Введение в языковедение / А. А. Реформатский. – М.: Аспент Пресс, 1996. – 249 с.
4. Влахов, С. И. Непереводимое в переводе / С. И. Влахов, С. П. Флорин. – М.: Высшая школа, 1986. – 59 с.
5. Верещагин, Е. М. Лингвострановедческая теория слова / Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров. – М.: Русский язык, 1980. – 65 с.

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

УДК 81

## КОМПОЗИЦИЯ СОВРЕМЕННОГО РЕПОРТАЖА В ИНТЕРНЕТ-СМИ (НА ПРИМЕРЕ ТЕКСТОВ САШИ СУЛИМ)

*Бодянская А.С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[bodianskaya@yandex.ru](mailto:bodianskaya@yandex.ru)

С момента своего появления и по сегодняшний день репортаж оказывается одним из самых востребованных жанров журналистики. Являясь синонимом наглядности и документальной точности, актуальности и оперативности, жанр репортажа позволяет читателю буквально побывать на месте события, увидеть его своими глазами, чем и захватывает внимание аудитории. С появлением Интернета и возникновением сетевых СМИ многие журналистские жанры претерпели существенные композиционные изменения, став частью контента интернет-изданий. Данная статья посвящена выявлению композиционных особенностей современного репортажа в интернет-СМИ на примере репортажных текстов журналистки Саши Сулим, размещенных в сетевом издании «Медуза» в период с 2017 г. по 2020 г. В статье рассматривается роль тематики материала при выборе его композиционной формы на примере проблемного репортажа. Проводится композиционный анализ современного репортажа в интернет-СМИ. Основными критериями для анализа являются: тематика современного репортажа, принцип композиционного построения текста, специфика заглавия и подзаголовков, композиционные, содержательные и визуальные элементы, составляющие ткань репортажного повествования, а также приемы создания динамики и «эффекта присутствия» в тексте современного репортажа.

**Ключевые слова:** репортаж, композиция, схема, лид, сцена, бэкграунд.

## THE STRUCTURE OF MODERN REPORTING IN THE INTERNET MEDIA (ON EXAMPLE OF SASHA SULIM TEXTS)

*Bodianskaya A.S.*

Kemerovo State University

From its inception to the present day, reporting has proven to be one of the most sought-after genres of journalism. Being synonymous with clarity and documentary accuracy, relevance and efficiency, the genre of reporting allows the reader to literally visit the scene of the event, see it with his own eyes, which captures the attention of the audience. With the advent of the Internet and the emergence of online media, many journalistic genres have undergone significant compositional changes, becoming part of the content of Internet publications. This article is devoted to identifying the compositional features of modern reporting in online media using the example of reportage texts by journalist Sasha Sulim, posted in the online publication Meduza from 2017 to 2020. The article examines the role of the subject matter in choosing its compositional form using the example problem reporting. The compositional analysis of modern reporting in the Internet media is carried out. The main criteria for the analysis are: the subject of a modern reportage, the principle of compositional construction of the text, the specificity of the title and subtitles, compositional, content and visual elements that make up the fabric of reportage narration, as well as methods of creating dynamics and «presence effect» in the text of a modern reportage.

**Key words:** reporting, composition, scheme, lead, scene, background.

Актуальность исследования обусловлена существенными изменениями в композиции репортажа ввиду стремительного развития новых технологий. Модель репортажа довольно свободна и поэтому в большей степени, чем другие жанры, подвержена трансформации, что вызывает исследовательский интерес. В условиях постоянно обновляющегося информационного потока, потребность аудитории в своевременной подаче информации, сопряженной с её анализом, помогающим разобраться в сложившейся картине события, возрастает.

В теории жанров журналистики предлагается ряд определений термина «репортаж». В данной работе в качестве опорного используется формулировка А. В. Колесниченко: «репортаж – это рассказ очевидца, написанный так, чтобы дать возможность читателю почувствовать себя на месте события» [1, с. 41]. Репортаж – это жанр журналистики, ориентированный на наглядное представление того или иного события через непосредственное авторское восприятие. Основная задача журналиста-репортера – дать читателю возможность увидеть описываемое событие глазами очевидца, иными словами создать «эффект присутствия», который достигается посредством использования в тексте образных методов отображения действительности и напрямую зависит от умения репортера видеть детали. Автору репортажа нужно не только наглядно описать событие, но и вызвать сопереживание читателя [2]. Роль автора в репортаже – роль распорядителя действия. Создание целостного впечатления об эпизоде жизни – основная задача жанра.

Многими исследователями отмечается синтетическая природа репортажа, то есть сочетание внутри текста элементов информационных, аналитических и публицистических жанров, что делает его более подверженным трансформации при сохранении основных специфических черт [3]. К ним относят последовательное воспроизведение событий, наглядность, предельную документальность, образную аналитичность, эмоционально окрашенный стиль повествования и активную роль личности автора. Для репортажа важна оперативность, актуальность, документальность и достоверность описываемого.

Композиция (от лат. «составление», «связывание») – это схема организации и структурной упорядоченности целого текста (произведения), отражающая строение, соотношение и взаимное расположение его частей, членение на смысловые элементы, степень и характер выраженности этих элементов, порядок их следования и взаимосвязь между ними [4]. Композиция журналистского материала является одним из важнейших компонентов его содержательной формы. Композиция в репортажном тексте – это расположение в пространстве текста разнородных элементов: событий, мнений, оценок, фактов и наблюдений, осмысленных автором. Имея в распоряжении разнородные текстовые элементы, журналист-репортер должен верно, сохраняя динамику события, расположить их в пространстве произведения, подчинив логическому раскрытию главной идеи, то есть автор должен выбрать оптимальную композиционную форму текста, которая поможет ему выразить основную идею и выполнить главную задачу жанра – показать «живую картинку» с натуры.

Рассмотрим особенности композиции современного репортажа в интернет-СМИ на примере 19 материалов Саши Сулим, вышедших в издании «Медуза» с 2017 г. по 2019 г.

### **Тематика репортажей**

Тематика репортажей С. Сулим разнообразна: это тексты на остросоциальные темы, поднимающие проблемы домашнего насилия (*«Он тебя только головой о стенку бил, а ты его ножом порезала»*. Репортаж о женщинах, убивших мужей – домашних насильников, 27.12.2017 г.); рассказывающие о «добровольных ампутантах» (*Потерять ногу, найти себя. История о российских «добровольных ампутантах» – людях, которые хотят лишиться конечности*, 1.08.2017 г.). Большая часть репортажей С. Сулим за указанный период посвящена проблемам социально-политического характера

(Как в Ангарске 20 лет пытались поймать самого страшного маньяка в истории России, 15.03.2017 г.). Сложность материала, с которым работает С. Сулим, определяет выбор проблемного репортажа, основанного на аналитическом подходе, из-за чего некоторые материалы напоминают корреспонденцию или «статью-расследование».

В качестве примера обратимся к репортажу о деле «ангарского маньяка» (Как в Ангарске 20 лет пытались поймать самого страшного маньяка в истории России. 15.03.2017 г.). Автор обращается к теме расследования дела российского серийного убийцы М. Попкова, милиционера из города Ангарска, бывшего оперативного дежурного, который в 2015 г. был приговорен к пожизненному заключению. В 2017 г. расследование было продолжено, так как появились новые материалы дела. В репортаже С. Сулим с разных ракурсов изучает личность героя, находит факторы, которые повлияли на то, что М. Попков стал преступником. В ходе повествования журналистка выходит на системную проблему – это качество работы правоохранительных органов в российской провинции.

Текст разделен на семь глав. В первой главе автор показывает среду, в которой работал М. Попков: Ангарск – город «рожденный Победой», но окруженный тюрьмами; «криминальные войны», начавшиеся после распада СССР, многочисленные преступления. В третьей и четвертой главах С. Сулим представляет героя. Мы видим его глазами коллег, соседей, знакомых. Показана противоречивость личности и первые «сигналы» ее деформации. В третьей главе читатель знакомится со следователем Н. Китаевым, который первым обнаружил связь между десятками нераскрытых преступлений в Ангарске и обратил внимание органов на практически полное отсутствие в городе оперативно-розыскной деятельности. Начинается расследование, которое в 2000 г. было приостановлено. В четвертой главе рассказывается об особо «кровавых годах биографии» М. Попкова, в том числе истории жертв. Пятая глава сообщает о возобновлении расследования, создании оперативно-следственной бригады. Автор вводит нового героя – следователя Е. Костарева и обозначает причины, мешавшие расследованию на протяжении нескольких лет. В шестой главе С. Сулим говорит о поимке преступника, а в последней называет его диагноз – «страсть к убийству».

В текст репортажа включены дополнительные факты из жизни героя и хода расследования; присутствуют зарисовочные (описание места действия, характеристика героев), информационные (свидетельства, факты) и аналитические (комментарий, оценка) элементы. Подтверждается суждение Л. В. Шибаевой о том, что в настоящее время особенной популярностью пользуется аналитический репортаж [5].

### **Особенности композиции**

Большинство текстов С. Сулим написаны по принципу «монтажного построения» с характерным делением текста на главки. Рассмотрим данный тезис на конкретных примерах.

Репортаж «Солидарность и сопротивление. Ивана Голунова отправили под домашний арест, 9.06.2019 г.» разделен на четыре главы: «Пикеты у суда», «Поручители», «Процесс», «Это из-за похоронного бизнеса». Названия подзаголовков отражают ход действия – от пикетов у зала суда до вынесения приговора и реализуют авторскую коннотацию: в главе «Поручители» автор сообщает о людях, пришедших поддержать журналиста. Последняя глава носит название неофициального предположения о том, почему корреспонденту «Медузы» И. Голунову было предъявлено обвинение. Заголовок репортажа отражает его главную идею – человеческая солидарность как необходимость помочь конкретному человеку и как способ повлиять на систему в целом.

На основе анализа репортажей С. Сулим была составлена примерная композиционная схема современного репортажа в интернет-издании.

Композиционная схема репортажа С. Сулим

Информационный лид	Исторический или объясняющий	Объясняющий бэкграунд	Сильная сцена – кульминация	Завершающая сцена
--------------------	------------------------------	-----------------------	-----------------------------	-------------------

---

Если сравнить получившуюся схему с устойчивой схемой репортажа, которую предлагает М. Н. Ким [3], включающую в себя: зарисовочную заставку (яркий эпизод), репортажное описание, обобщение впечатлений и авторскую оценку, то можно заметить, что репортаж, став частью контента интернет-СМИ расширил свою композицию, добавив в нее в качестве обязательного элемента информационный лид, а репортажное описание стало более информативно насыщенным за счет большого количества бэкграунда в тексте.

Рассмотрев репортажи С. Сулим в интернет-издании «Медуза», можно сказать о том, что репортажное повествование сегодня открывает не «живая» сцена, а информационный, близкий к новостному, лид, отражающий основную суть события и сообщающий, что далее последует рассказ корреспондента.

#### **Приемы создания динамики**

В текстах С. Сулим можно отметить использование различных приемов создания динамики: монтаж, смена темпа речи и дискурса, так как большое количество бэкграунда в тексте может ее замедлять. «Эффект присутствия» создается в основном благодаря большому использованию цитат в тексте и ярко выраженной авторской оценке. Характеризуя трансформацию жанра, Н. Н. Борщева отмечала, что изменениям подвергся и главный признак репортажа – «эффект присутствия», который усложняется различными композиционными приемами, выполняющими функцию аргументации [6].

Обратимся к репортажу о деле Ивана Голунова (*Солидарность и сопротивление. Ивана Голунова отправили под домашний арест. 9.06.2019 г.*). **«Общение Голунова с журналистами прервала пресс-секретарь суда – было видно, что все торопятся начать процесс. <...> Обращаясь к судье, журналист сказал, что никогда в жизни не употреблял наркотики, что не оказывал сопротивление при задержании – несмотря на то, что задерживающие его люди были в гражданской одежде. Голунов говорил уверенно — было видно, что к выступлению он готовился, — но судья то и дело перебивал его, не давая закончить ни одну фразу»**. В приведенной сцене через поступки и речь героев создается оценочный образ происходящего.

Обязательными компонентами репортажей Саши Сулим являются фото-, видео- и аудиоматериалы, рисунки и инфографика. Можно говорить о том, что выразительные возможности современного репортажа расширились и широко применяются на практике.

Таким образом, изменения композиционной модели репортажа в интернет-СМИ, изученные на примере текстов журналистки Саши Сулим, на наш взгляд, обусловлены обращением автора к сложным социально-политическим темам, требующим аналитического подхода в их изложении, а также спецификой медиаресурса.

#### **Литература и источники**

1. Колесниченко, А. В. Практическая журналистика: учебное пособие / А. В. Колесниченко. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2008. – 179 с.
2. Тертычный, А. А. Жанры периодической печати: учебное пособие / А. А. Тертычный. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 310 с.
3. Ким, М. Н. Технология создания журналистского произведения: монография / М. Н. Ким. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2001. – 319 с.
4. Стилистический энциклопедический словарь русского языка. – М.: «Флинта», «Наука». Под редакцией М. Н. Кожинной, 2003. – 694 с.
5. Шибаева, Л. В. Жанры в теории и практике журналистики [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие // Geum.ru. – Режим доступа: <http://geum.ru/doc/work/43923/index.php>, свободный (дата обращения: 20.02.2021).

6. Борщева, Н. Н. Трансформация жанров: разрушение или новая жанровая система, жанры-гибриды, жанры-мигранты / Н. Н. Борщева // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – №5. – С. 202-207.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Инешина С.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

**УДК 81**

## **ОБРАЗ С.Ю. ВИТТЕ В КАРИКАТУРАХ 1905-1906 ГОДОВ**

*Водзинская В.В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

varvara\_smi@mail.ru

Статья посвящена карикатуре в сатирических изданиях 1905-1906 годов. В этот период активно развивается политическая карикатура. В данной статье предпринимается попытка выявить особенности формирования образа политического деятеля в сатирических изданиях 1905-1906 годов на примере карикатур на С.Ю. Витте. В карикатурах из журналов «Забияка» и «Пули» образ С.Ю. Витте является одним из наиболее частотных. Рассматриваемые карикатуры представляют собой креолизованный текст, вербальная часть которого часто содержит цитаты героя. Авторы обращаются к различным аспектам его политической деятельности: крестьянский вопрос, создание Государственной думы и проведение реформ. Образ Витте характеризуется портретной узнаваемостью и постоянными атрибутами: гражданский костюм и графская корона. Негативное отношение авторов карикатур к герою выражено достаточно ясно, но в то же время сдержанно. Как правило, Витте предстает в человеческом облике, в то время как, например, политические партии изображены в виде собак и декоративных элементов на музыкальном инструменте. Политические решения Витте представлены без развернутого комментария: предполагается, что читатели массовых журналов «Забияка» и «Пули» достаточно осведомлены о политической обстановке в государстве.

**Ключевые слова:** сатирическое издание, С.Ю. Витте, политическая карикатура, креолизованный текст, вербальный элемент, изобразительный элемент, образ.

## **WITTE'S IMAGE IN THE CARICATURES OF 1905-1906**

*Vodzinskaya V.*

Kemerovo State University

The article is devoted to caricature in satirical publications of 1905-1906. During this period, political caricature was actively developing. This article attempts to identify the features of the formation of the image of a political figure in the satirical publications of 1905-1906 on the example of caricatures of S. Yu. Witte. In the cartoons from the magazines "Bully" and "Bullets", the image of S. Yu. Witte is one of the most frequent. The cartoons are creolized texts, the verbal part of which often contains quotes by the hero. The authors turn to various aspects of hero's political activity: the peasant question, the creation of the State Duma and the implementation of reforms. The image of Witte is characterized by portrait recognition and permanent attributes: a civilian suit and a count's crown. The negative attitude of the authors of the cartoons to the hero is expressed quite clearly, but at the same time restrained. As a rule, Witte appears in human form, while, for example, political parties are depicted in the form of dogs and decorative elements on a musical instrument. Witte's political decisions are presented without a detailed commentary: it is assumed that the readers

of the mass magazines "Bully" and "Bullet" are sufficiently aware of the political situation in the state.

**Keywords:** satirical publication, S. Yu. Witte, political caricature, creolized text, verbal element, visual element, image.

На начало XX века пришёлся расцвет сатирической прессы в России: еще до Манифеста 17 октября 1905 г., в котором была провозглашена свобода слова, цензура была устранена “явочным порядком”. Материалы, ранее не допустимые для публикации, теперь выходили в свет и поддавались обсуждению, издания печатали в начале номера “Выходим без цензуры”. С.Ю. Витте писал: «Вся пресса превратилась в революционную в том или другом направлении, но с тождественным мотивом – “долой подлое или бездарное правительство, или бюрократию, или существующий режим, доведший Россию до такого позора”» [2].

24 ноября 1905 года вышли временные правила о повременных изданиях, частично восстановившие цензуру и меры уголовного и административного наказания для издателей и журналистов, “медовый месяц русской журналистики” закончился, тем не менее сатирические газеты и журналы продолжали выходить.

Сатира была в том числе политической, в иллюстрированных журналах печатались карикатуры на государственных деятелей: например, в журналах «Забияка», «Нагаечка», «Пули», «Пулемёт» и других. Особое внимание карикатуристы уделяли персоне Сергея Юльевича Витте - председателя Комитета министров (1903-1906 годы), председателя Совета министров (1905-1906 годы), фактического автора манифеста 17 октября.

Его фигура стала центральной и частотной в работах карикатуристов по двум причинам: во-первых, С.Ю. Витте вел активную деятельность во многих сферах, что давало много вопросов для освещения, иллюстрирования и критики. Во-вторых, император Николай II холодно относился к Витте, поэтому критическое изображение С.Ю. Витте было не слишком рискованным.

Как отмечает Э. О. Сагинадзе, большинство представителей государственно-бюрократического мира поздней империи, даже занимавших высокие посты, были в первую очередь чиновниками — безликими (во всяком случае, для «внешнего» мира), скованными в повседневном поведении множеством формальностей, мало общавшимися с публикой. С.Ю.Витте олицетворял совершенно новый тип государственного деятеля, чуждого бюрократическому формализму и открытого общественному мнению [4].

В данной работе рассмотрим, как образ чиновника, которого не жалует народ и власть, представляется в изданиях, ориентированных на массовую аудиторию. Мы исследуем 4 карикатуры, каждая из которых иллюстрирует разные стороны его деятельности: крестьянский вопрос, взаимодействие с партиями, процесс создания государственной думы, реформаторство.

Обратимся к первому выпуску журнала “Забияка”, вышедшему 6 января 1906 года. В нём представлено несколько карикатур на С.Ю. Витте. Одну из них редактор и издатель поместили на обложку издания, что свидетельствует не только о значимости изображаемой ситуации (процесс создания первой государственной думы Российской империи), но и об узнаваемости и актуальности образа центральной фигуры С.Ю. Витте.

Он изображен со списком утверждаемых кандидатов в Государственную Думу, документом, противоречащим процедуре выборов. Длина его рук и пальцев преувеличена, что также может говорить о характере его деятельности. Корона на голове Витте - сатирическая деталь, она либо “адресует к его репутации «министра-президента», кандидата на высшую власть в империи”, либо подчеркивает графский

титул, потому что по форме это графская корона [3]. Данный атрибут является частотным, мы будем видеть на ещё на двух исследуемых нами карикатурах.

Данная карикатура содержит надписи и является креолизованным текстом. Содержание такого текста кодируется в вербальных и изобразительных знаках, в ней «вербальный и изобразительный компонент образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое, обеспечивающее его комплексное, прагматическое воздействие на адресата» [1].

В данном примере вербальный элемент встроен в изображение: надпись «Государственная дума» и текст на документе помогают встроить изображение в актуальный политический контекст. Надпись на нём гласит «Список утверждаемых кандидатов в государственную думу», что противоречит процедуре выборов, а состав «выборного» органа формируется правящей верхушкой. Народ лишается права голоса, Витте, руководящий созданием государственной думы - решает всё за них.

Такое же взаимодействие вербальных и изобразительных знаков мы наблюдаем на карикатуре, представленной на 3 странице в 3 номере журнала «Забияка» от 26 января 1906 года. Карикатура изображает играющего на пианино человека в короне. Заглавие партитуры - «Я знаю, как спасти Россию», это слова Витте от 26 декабря 1905 года, которые активно цитировали в течение нескольких месяцев после. Эта узнаваемая цитата-подпись с авторством С.Ю. Витте помогают читателю идентифицировать центральную фигуру карикатуры, а названия партий в круглых элементах на музыкальном инструменте отражают политическую обстановку в стране.

Сам С.Ю. Витте, изображенный во всё той же графской короне, играет романс собственного сочинения, символизирующий его намерения и планы по устройству и «спасению» российской империи. Все преобразования и действия С.Ю. Витте в карикатуре показаны как игра. Символично, что на корпусе пианино изображены нагайки, символизирующие силовой контроль, и партии, формально решающие государственные вопросы и желающие повлиять на происходящее в стране, но не имеющие реальной власти. Все это часть инструмента Витте и председатель Совета министров думает, что держит политическую ситуацию в стране под контролем.

С.Ю. Витте увлекся своей игрой и не видит, и не понимает, что действительно движущей силой изменений и улучшений являются не его «инструменты», а то, что «под стулом и его пилит», т.е. революционно настроенные народные массы.

Если на данной карикатуре партии изображаются, как мелкий декор и инструмент, то на следующей рассматриваемой нами, опубликованной в 1 выпуске журнала «Пули» от 1 декабря 1905 года, им уделяется уже большее внимание. В образе собак они нападают на С.Ю. Витте, символизируя их негативное отношение к нему: как человек, руководящий созданием первой государственной думы, на взгляд партий, он был недостаточно радикален в своих взглядах.

На примере этой карикатуры мы видим, как текст не только включается в изображение (собаки подписываются сокращениями от названия партии: П.П.П. - Партия правого порядка, С.Р. - Партия социалистов-революционеров, К.Д. - Конституционно-демократическая партия и др.), но и сопровождает карикатуру в виде подписи «И зачем я в эту грязную историю впутался». Эта реплика персонажа (Витте) выступает дополнительным инструментом в создании его образа, раскрывая его полнее. Инициатор создания Государственной Думы не готов к взаимодействию с партиями и выражает досаду по поводу «грязной истории». Автор карикатуры дискредитирует Витте.

Идентичная функция сопровождающего текста реализуется и в следующей рассматриваемой карикатуре, опубликованной в 1 выпуске журнала «Забияка» от 6 января 1906 года. Подпись гласит «С.Ю. Витте: - хорошего понемножку...», называя изображенного персонажа и наделяя его речью. Второй персонаж на карикатуре - крестьянин, карикатура посвящена крестьянскому вопросу, а именно выкупным платежам бывших помещичьих крестьян, которые с 1 января 1906 года уменьшались наполовину. С.Ю. Витте в уже знакомой нам короне и мантии, похожей на

императорскую или на облачение священника частично отменяет вышеупомянутые выплаты. Незначительность благодеяния подчеркивается и цитатой, и каплями, которые падают из чаши и являются композиционным центром карикатуры. При сравнении фигур С.Ю. Витте и крестьянина создается очевидный контраст, подчеркивающий социальное неравенство и угнетенное положение низшего слоя.

Вывод:

В массовой сатирической прессе карикатура играет важную роль: она замещает развернутый политический комментарий, выражая мнение автора в простом и броском визуальном образе. Следует отметить, что в рассмотренных примерах карикатуры на Витте играют самостоятельную роль, они не сопровождают текст. Часто они помещены на отдельных листах, а вербальная составляющая карикатур поясняет изображение, но не информирует о ситуации. Можно сделать вывод, что карикатуры из рассмотренных журналов рассчитаны на читателя, который в курсе политической повестки, и предлагаемое сатирическое осмеяние С. Ю. Витте должно произвести эффект в сочетании с той информацией, которая уже имеется у читателя.

Также можно видеть, что предметом осмеяния становится политическая деятельность Витте, но никогда - его частная жизнь, это означает, автор всё же держит себя в определенных рамках. По реализации образа Витте в карикатурах можно видеть допустимую остроту политической карикатуры в этот период.

#### **Литература и источники**

1. Анисимова Е.Е. Паралингвистика и текст (к проблеме креолизованных и гибридных текстов) // Вопросы языкознания. 1992. № 4. С. 71–78.
2. Махонина С. Я. История русской журналистики начала XX века. Учебно-методический комплект (Учебное пособие, Хрестоматия). — М.: Флинта: Наука, 2004. — 368 с.
3. Сагинадзе Э.О. «Глава праВИТТЕльства»: первый премьер-министр Российской империи Сергей Юльевич Витте в сатирической графике 1905–1908 годов. [Альбом карикатур] / авт.- сост. Э. О. Сагинадзе; науч. ред. А. А. Россомахин. — СПб. : Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2020. — 240 с. : ил.
4. Сагинадзе Э.О. С.Ю.Витте — премьер-министр в восприятии российской оппозиционной общественности в 1905-1906 гг // Интеллигенция и мир. 2012. № 2. С. 79-99.

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

**УДК 070**

### **СТРАТЕГИЯ «РАЗВЛЕКАЯ, УЧИМ» КАК ОСНОВНОЙ ПРИНЦИП СОЗДАНИЯ ДЕТСКИХ ТВ-ПРОГРАММ НА СОВЕТСКОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ (НА ПРИМЕРЕ ПРОГРАММЫ «АБВГ Дейка»)**

*Варенникова Е. А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[elenavarennikova10@gmail.com](mailto:elenavarennikova10@gmail.com)

Стратегия «развлекаая, учим» в советские годы – успешный принцип создания детских ТВ-программ, именно она обеспечила подъём качества передач в 1970-1980-е годы для этой целевой аудитории. В их создании воспитательно-педагогическая функция играла ведущую роль, главное – учёт возрастных особенностей ребёнка, ориентация на педагогику и психологию. Через игровой спектакль-урок, общение с

ведущими и персонажами, использование музыкальных композиций и стихотворений создавались яркие выпуски программ. Современные детские телеканалы и программы возвращаются к отечественным традициям в разработке и выпуске новых ТВ-продуктов (например, телеканал «Карусель», программы «Берилыка учится», «Давайте рисовать!»). Это говорит о востребованности успешного опыта программ советского периода, в частности детской развлекательно-обучающей телевизионной программы для дошкольников и младших школьников «АБВГДейка», в которой стратегия «развлекая, учим» была реализована в полной мере. В статье рассматриваются особенности детской психологии и телевидения для детей с 1930 по 1990 годы. Также проводится анализ одного из выпусков программы с помощью критериев стратегии «развлекая, учим», выявленных нами с опорой на литературу из области педагогики, детской психологии и истории детского телевидения.

**Ключевые слова:** стратегия «развлекая, учим», программа «АБВГДейка», детские ТВ-программы, советское телевидение, педагогика, воспитательно-педагогическая функция.

**THE «ENTERTAINMENT WHILE LEARNING» STRATEGY  
AS A BASIC PRINCIPLE OF CREATING TV PROGRAMS  
FOR CHILDREN ON SOVIET TELEVISION  
(ON THE EXAMPLE OF «ABVGDeyka»)**

*Varennikova E. A.*

Kemerovo State University

The «entertainment while learning» strategy in the USSR was a successful principle of creating TV programs for children, it ensured the rise of quality of TV programs for children in the 1970s-1980s. The main things are the educational and pedagogical function, the accounting of age characteristics, focusing on pedagogy and psychology. Programs were created using a game-lesson, communication with the characters, musical compositions and poems. Modern TV channels and programs for children return to traditions in release of new TV products (for example, «The Karusel» TV channel, programs «Berilyaka is studying» and «Let's draw!»). This indicates the relevance of the successful experience of programs in the USSR, in particular, children's entertainment and educational television program for preschoolers and primary schoolchildren «ABVGDeyka», which the «entertainment while learning» strategy was fully implemented. The article examines the features of child psychology and television for children 1930-1990s. Also there's an analysis of one episode of the program using the criteria of the «entertainment while learning» strategy, which we identified based on literature of pedagogy, child psychology and the history of children's television broadcasting.

**Keywords:** the «entertainment while learning» strategy, «ABVGDeyka», TV programs for children, television in the USSR, pedagogy, the educational and pedagogical function.

**Введение.**

Стратегия «развлекая, учим» – подача полезной информации в развлекательной форме и основной принцип создания детских ТВ-программ в СССР. Стратегия имела успех, именно она обеспечила подъём качества передач в 1970-1980-е годы для этой целевой аудитории. Использовался учёт возрастных особенностей ребёнка, а главное – была ориентация на педагогику и психологию, воспитательно-педагогическая функция играла ведущую роль. Через игровой спектакль-урок, общение с ведущими и персонажами, использование музыкальных композиций и стихотворений создавались яркие выпуски программ. Актуальность работы заключается в том, что современные детские телеканалы и программы возвращаются к отечественным традициям в разработке и выпуске новых ТВ-продуктов (например, телеканал «Карусель», программы «Берилыка учится», «Давайте рисовать!»). Это говорит о востребованности

успешного опыта программ советского периода, в частности передачи «АБВГДейка», на основе которой будет строиться анализ.

### **История развития детских передач на советском телевидении (1930-1990-е годы).**

Для начала обратимся к истории детского телевидения в СССР.

1930-е годы – период зарождения. Главными героями и ведущими передач для детей становились люди из сфер кино и театра. Основное вещание: кинофильмы, концертные программы, спектакли («Зайкин дом», «С Новым годом!»).

1940-е годы – период возрождения. Регулярное вещание для детей продолжилось в послевоенное время.

1950-1960-е годы – период экспериментальный. Такое название строится, исходя из слов Г. А. Галочкиной: «В детском телевидении, как и во всех телевизионных программах в это время, с одной стороны, идёт сложный процесс творческой переработки, применительно к телевидению, опыта печати, радио, документального кино, с другой, – осознание специфических изобразительно-выразительных возможностей телевидения».

1970-1980-е годы – период успеха. Эфирное время передач для детей увеличивается, как и количество. Появляется разнообразие в тематике и жанрах. Пользуются популярностью передачи «с продолжением», когда маленьким телезрителям сообщают о новой серии, и её с нетерпением ждут, это позволяет «удерживать» аудиторию. Появляется запоминающееся лицо (ведущий или главный герой), которое появляется на постоянной основе, зачастую это большой авторитет для ребёнка, так как сочетает в себе самые положительные качества и всегда поступает правильно. Один из основных критериев зарождающейся стратегии «развлекая, учим» – ориентация на педагогику и психологию, учёт возрастных особенностей ребёнка [4,7].

1990-е годы. После распада СССР детское телевидение продолжает развиваться, но оно уже, как и вся страна, претерпевает изменения, которые затрагивают изучаемую стратегию.

### **Основные критерии стратегии «развлекая, учим».**

Включение познавательного материала, запоминающиеся герои, известные ведущие, стилизация под сказки с игровыми сюжетами – главные составляющие детского вещания 1970-1980-х годов, именуемые стратегией «развлекая, учим». Редакторы обращали внимание не только на образовательный контент, но и на такие области знаний, как педагогика и психология. В детские передачи были вложены воспитательные и образовательные элементы как обязательные. Как отмечает Анна Ожерельева в обзоре детского телевидения, «СССР раньше осознал потребность и востребованность в ТВ для детей просветительского контента». «С экранов провозглашались вечные ценности в игровой форме» [6].

Критерии стратегии «развлекая, учим», выявленные нами с опорой на литературу из области педагогики [1], детской психологии [3] и истории детского телевидения [6], и примененные для анализа выпусков передачи «АБВГДейка».

1. Обучающая составляющая;
2. Игровая составляющая;
3. Получение социального опыта:
  - распространение нормативных, ценностных и поведенческих моделей;
  - формирование активной жизненной позиции;
  - формирование системы знаний о мире.
4. Элементы психологии и педагогики;
5. Образы главных героев:
  - ведущая;
  - главные и второстепенные персонажи;
6. Использование аудио-визуальных технических средств [5]:
  - монтаж;
  - локация;

- музыкальное сопровождение;
- стихотворения;
- каламбуры и игра слов.

### **Основные черты и особенности передачи «АБВГ Дейка».**

Детская развлекательно-обучающая телевизионная программа для дошкольников и младших школьников «АБВГ Дейка» выходила на экраны в период с 4 января 1975 г. по 25 января 2020 г. Идея была заимствована у международной детской телевизионной образовательной программы «Улица Сезам» (США, 1969 г. – настоящее время). В среднем продолжительность программы около 30 минут [2].

Эдуард Успенский, идеолог передачи «АБВГ Дейка», был автором названия и сценария первых десяти выпусков. Татьяна Черняева – редактор, художественный руководитель и ведущая телепередачи с самого первого «сезона».

Передача сопровождалась перерывами, это было обусловлено разными причинами. Производство и каналы, на которых выходила передача, тоже менялись.

Передача специализируется на образовании дошкольников и младших школьников, уделяется особое внимание не только учёбе, но и правилам этикета, вежливости и расширению кругозора. Передача полюбилась детям благодаря сочетанию образовательного и развлекательного контента. Именно грамотное их совмещение есть причина популярности передачи в советские годы.

#### **Анализ выпуска № 1. «В цирке у Юрия Никулина».**

Открывается новый «сезон» «АБВГ Дейки», родители с детьми собрались у входа в цирк, звучит весёлая музыка, клоуны резвятся, общаются с детьми. Возвращение начинается с объяснения: Татьяна Кирилловна сообщает, что клоуны разъехались по городам, а новые ученики необходимы для открытия школы. Нас не отрывают от контекста прошлых передач, нет ощущения пропасти между старыми и новыми выпусками [1].

Интересно устроить набор в новый «сезон» не как волнующий каждого экзамен, а как игру. Блок с развитием «вплетён» в блок с развлечением. В первой серии рекреации отдали предпочтение. Объяснить можно тем, что это всё-таки начало нового «сезона», детей нужно привлечь, оформить в красивую «обёртку» сам смысл экзамена и предложить несколько интересных, но несложных задач. Домашнее задание в этом выпуске не будет дано, но интерактив восполнится участием зрителей в решении задач вместе с главными героями.

Первое задание – разделить поровну между четырьмя героями яблоки (математика). Вторая задача – тонкости русского языка. Что нужно поменять в предложении, чтобы исчезла бессмысленность? «Старый дедушка Пахом на коз/Не скакал верхом». Третья задача – снова математика – пересчитать артистов на манеже. Во всех заданиях – решение с помощью магии, проделок Клёпы и таланта писать стихи Константина.

Впечатляет монтаж и съёмка фокусов Аксюты. «Раздвоение» девочки, появление яблочек, полёты или сломанный замок требуют много механических движений, а именно сброс яблок сверху так, чтобы в кадр не попало ничего лишнего, подсъёмка человека несколько раз с разных мест, высветление и затемнение, дым и фейерверки. Также важна реакция зрителей – они буквально видят, как происходит «немагия», но отыгрывают достойно. Видно, что целые сцены записывались без склеек, зрители не создавали хаос, а герои импровизировали.

На протяжении всей серии мы можем слышать мудрые высказывания. Например, «Учится никогда не поздно», «Одному против всех нельзя». Такие мысли могут высказываться не только через слова, но через поступки. При раздаче яблок Клёпа не оставил фрукт для Аксюты. Константин не только заступился за девочку, но и высказал такую мысль: «Это нехорошо – девочку обижать!» Редакторы постарались добавить правильные поступки персонажей в сюжет, не делая автономными.

Ведущие общаются с детьми вежливо, выслушивают каждого, говорят «друзья» и «ребята», тем самым сокращают дистанцию и входят в доверие не только с настоящими зрителями в цирке, но и со зрителями по ту сторону экрана.

Приглашённый гость Юрий Никулин рассказывал истории из жизни и не забывал забавно общаться с детьми (пожал двоим мальчикам руку, а третьему – ногу). Была рассказана его история экзамена (в школе и цирке), показаны первые видео в роли клоуна на манеже. Это сочетается с тематикой, идеей и смыслом выпуска. Поводится параллель: экзамен в «АБВГДеку» – экзамен Юрия Никулина.

В конце нас ждёт песенка. Зрителей познакомили с персонажами в необычной форме с приглашённым известным гостем и погрузили в суть передачи – обучение в игровой форме. Посыл понят: далее главные герои будут вместе с телезрителями учиться чему-то новому. Заданные в первом выпуске структурные и композиционные принципы получают развитие в остальных.

#### **Вывод.**

На примере детской передачи «АБВГДека» мы увидели успешно реализованную стратегию «развлекая, учим». Эта программа – одна из удачных примеров сочетания педагогических приёмов и журналистской работы. Сейчас стратегия развлекать, при этом обучая, применяется как в детских садах, так и в школах, но «первая проба» на широкую аудиторию была ещё в детском телевидении. Современное детское вещание возвращается к традициям и использует опыт передач 1970-1980-х годов.

#### **Литература и источники**

1. АБВГДека. Выпуск № 1. В цирке у Юрия Никулина | Старые выпуски. 1984 г. [Электронный ресурс] // Советское телевидение. ГОСТЕЛЕРАДИОФОНД России. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=OzAatcrwC-E> (дата обращения: 10.11.2020).
2. АБВГДека. Легенды журналистики и телевидения [Электронный ресурс] // Левада. URL: <http://www.levda.ru/2017/03/18/abvgdeyka.html> (дата обращения: 10.11.2020).
3. Возрастная и педагогическая психология / М. В. Гамезо, Е. А. Петрова, Л. М. Орлова. – М.: Академия, 2009. – 512 с.
3. Карабанова, О. А., Молчанов, С. В. Риски негативного воздействия информационной продукции на психическое развитие и поведение детей и подростков. – Национальный психологический журнал. – 2018. – №3 (31). – 46 с.
4. Ключевская, О. С. Отечественное детское телевидение: к вопросу ретроспективной периодизации – Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. – 2020. – №39 (3). – 13 с.
5. Новоженина, А. С. Системный подход к использованию художественно-выразительных средств телеэкрана как способу эмоционального воздействия на зрителя – Учёные записки орловского государственного университета. Серия: гуманитарные науки. – 2012. – №4 (48) – 4 с.
6. Ожерельева А. Обзор: детское телевидение в России и США [Электронный ресурс] // ТВдайджест. URL: <https://tv-digest.ru/archive/id/30021/> (дата обращения: 14.12.2020).
7. Телевидение для детей. Исследование особенностей производства, формирования и распространения программ. Мировой опыт / Авторский коллектив: Полуэхтова И. А., Аникина М. Е., Вырковский А. В., Гладкова А. А., Макеенко М. И., Толоконникова А. В., Коломиец Т. В., Черевко Т. С. – М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2013. – 80 с.

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

**ПРОБЛЕМЫ И ЦЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ  
ЖУРНАЛИСТИКИ (НА МАТЕРИАЛЕ АВТОРСКОЙ КОЛОНКИ В. Н.  
СНЕГИРЕВА В ЖУРНАЛЕ «ЖУРНАЛИСТ»)**

*Ворфоломеева А. А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[arina.vorfolomeeva.01@mail.ru](mailto:arina.vorfolomeeva.01@mail.ru)

Специфика деятельности журналиста и назначение журналистского сообщества как института для формирования информационной картины дня и общественного мнения обязывает представителей профессии соблюдать ряд этических норм и правил, придерживаться конкретной ценностной системы и чётко обозначенных идеалов. Однако наличие «жёлтой прессы», появление в СМИ фейковых новостей, тенденция в кинематографе показывать журналиста как недобросовестного человека, халатно относящегося к своим профессиональным обязанностям, а также коррупционные начала – всё это привело к падению престижа профессии и утери доверия аудитории к СМИ. На основе данного тезиса можно говорить о взаимодействии журналистики с наукой аксиологией, изучающей ценностное отношение личности к миру, а также о наличии ряда проблем в профессиональной среде журналистов. В данной научной статье была произведена попытка определить проблемы, останавливающие развитие журналистики как «четвёртой власти», понять какая ценностная система может стать универсальной для всех представителей профессии, независимо от издания, его информационной политики и субъективных взглядов самого журналиста. Выводы, представленные в статье, выявлены на основе анализа авторской колонки Владимира Николаевича Снегирева в журнале «Журналист», который неоднократно отмечает в своих публикациях аспекты ценностной системы профессии и её проблемные точки.

Ключевые слова: аксиология журналистики, проблемы журналистского сообщества, ценности журналистского сообщества, СМИ, журналистика, Снегирев, «Журналист», авторская колонка.

**PROBLEMS AND VALUES OF CONTEMPORARY RUSSIAN JOURNALISM  
(BASED OF THE ANALYSIS OF THE MATERIALS OF THE AUTHOR'S COLUMN  
V. N. SNEGIREV MAGAZINE «JOURNALIST»)**

*Vorfolomeeva A. A.*

Kemerovo State University

The specificity of the activities of journalists and the designation of the journalistic community as an institution for the presentation of information on the day and public opinion oblige the members of the profession to observe a number of ethical norms and rules, adhere to a specific value system and clearly defined ideals. However, the presence of the «yellow press», the appearance in the media of fake news, the tendency in the cinema to show a journalist as an unscrupulous person, negligent in his professional duties, as well as corruption, all of which led to a decline in the prestige of the profession and a loss of audience confidence in the media. Based on this thesis, one can speak of the interaction of journalism with axiology, which studies the value of the individual for peace, as well as the existence of a number of problems in the professional environment of journalists. In this scientific article, an attempt was made to define the problems stopping the development of journalism as the «fourth authority», to understand which value system can become universal for all representatives of the profession, regardless of the publication, His information policy and the subjective views of the journalist himself. The conclusions presented in the article are revealed on the basis of the analysis of the author column of Vladimir Nikolayevich Snegirov in the journal «Journalist», who repeatedly notes in his publications aspects of the value system of the profession and its problem points.

Keywords: axiology of journalism, problems of the journalistic community, values of the journalistic community, media, journalism, Snegirov, «Journalist», author column.

Журналист Владимир Снегирев в профессии с юношеских лет, его творческий путь начался в 1964 году и продолжается в современных средствах массовой информации. В настоящее время — собственный корреспондент «Российской газеты», ведёт авторскую колонку в профессиональном издании «Журналист». Владимир Снегирев освещал войну в Афганистане, боевые действия на Северном Кавказе и в Закавказье, военные конфликты в Ираке, Ливии, Сирии, Египте и ряде других стран. В своей журналистской практике сотрудничал с 17 изданиями, является автором документальных фильмов и книг, имеет награды за достижения в журналистском творчестве. Журналист регулярно проводит беседы со студентами, ключевые темы его лекций связаны с проблемами репутации современной журналистики, вопросами этики и профессионального долга представителей профессии [5]. Основываясь на данных профессиональной биографии журналиста, можно сделать вывод о том, что его персону является авторитетным источником для проведения научного анализа и выявления проблем современной журналистики и её ценностной системы.

Тематика, выбранная В. Снегиревым для авторской колонки в журнале «Журналист», связывает читателя с научным направлением аксиологии журналистики. Согласно определению В. П. Барышкова, аксиология – это направление в философии, которое изучает основания ценностного отношения человека к миру, ценностное сознание и ценностное действие [2, с. 5]. Следовательно, аксиология журналистики – это наука, изучающая систему ценностей представителей медиасообщества.

Проблематика тем, представленных Снегиревым, считается уже на уровне заголовков («Взятка», «В наше время стыдно быть журналистом», «Ложь и Pravda», «Если ты журналист, то половину жизни проведешь в чужих постелях»). Оценочные лексемы в тексте демонстрируют отношение автора к недобросовестным журналистам. Так, в публикации «Яд не в чемодане, а в головах» (Журналист, 12.05.2020 г.) В. Снегирев пишет: «В очередной раз испытал стыд за профессию, в которой существую давным-давно, и за ее представителей»; в материале «В наше время стыдно быть журналистом» (Журналист, 01.04.2019 г.) отмечает: «Мы сами во многом виноваты: продались — кто толстосумам, кто властям, кто бандитам». 90% текстов журналиста основаны на личных воспоминаниях и опыте автора об общении с представителями власти, работе в условиях военных действий.

Об актуальности представленных проблем и наличии кризиса в аксиологической системе журналистики упоминают исследователи в своих научных трудах. Т. М. Артишевская отмечает, что журналист нашего времени – яркий индивидуалист, для которого личные амбиции иногда становятся выше общественного блага. Именно это, по мнению исследователя, становится причиной деформации ценностных ориентиров [1, с. 118]. «Медиаспециалисты не просто конструируют сообщения, но намеренно или непреднамеренно передают аудитории собственные представления о мире, стереотипы, мифы, – то есть все то, что отражает их ценностные представления. А так как современную журналистику законно обвиняют в ценностном дуализме, аксиологической неразборчивости, размытости нравственных критериев, возникает опасная ситуация ускорения темпов «мутации» ценностных представлений общества и крупных социальных групп», - подчеркивает актуальность темы К. А. Зорин в научной статье «Об актуальности изучения ценностных представлений медиаспециалиста» [3, с. 117].

Открытое обсуждение проблем и ценностей журналистского сообщества в профессиональном издании, наличие научных исследований на эту тему, а также неоднократное подкрепление представленных тезисов обличающими примерами из профессионального опыта журналиста, доказывают актуальность обсуждения статуса журналистики как профессии, демонстрируют наличие кризиса в ценностной системе профессионального сообщества, несоответствие действительности этическим предписаниям «Кодекса профессиональной этики российского журналиста».

Для выявления комплекса социальных проблем журналистики и определения аксиологической системы профессии журналиста, был произведён контент-анализ 34

публикаций профессионального издания «Журналист» за период с октября 2017 г. по май 2020 г. Анализ материалов В. Н. Снегирева осуществлялся по ряду критериев: разбор семантической составляющей заголовка текста; дата выхода материала, соотношение времени выхода публикации с событиями в медиасреде в этот период; выявление перечня проблем современной журналистики; выявление перечня ценностей современной журналистики; аргументированность выводов, представленных автором, и анализ документальной составляющей текста.

Из 34 проанализированных текстов 20 посвящены рефлексии о проблемах и ценностях журналистики, 8 материалов – только проблемам, одна публикация рассматривает профессиональные ценности. 5 публикаций были посвящены рассуждениям автора о журналистском творчестве, но они не отражали проблем аксиологии в профессиональной среде.

В результате проведения контент-анализа был выявлен следующий перечень проблем отечественной журналистики: **проблема потери репутации журналистики в глазах общества; прекращение диалога между журналистом и аудиторией; проблема зависимости журналистики от власти; слабая правовая защита журналистов; проблема недостоверной информации и появления фейковых новостей в СМИ; штампованность и графомания на страницах газеты; проблема коррупции; продажности; погони за деньгами и государственными наградами представителями журналистского сообщества.**

Первое место по частотности появления в текстах занимает **проблема потери репутации журналистики в глазах общества.** Автор отмечает, что главная причина потери доверия аудитории к журналистике заключается в неумении современного журналиста писать интересно и с пользой для читателя. В. Н. Снегирев утверждает, что журналистика «*обрастает шелухой*» из дешёвых сенсаций и все больше тяготеет к бульварной прессе, теряя свой потенциал носителя и распространителя культурных ценностей. Описывая проблему прекращения диалога между журналистом и аудиторией, он пишет, что люди больше не обращаются к журналистике с просьбами о помощи, не верят в то, что она способна что-то менять в мире. Автор проводит параллели с журналистикой в СССР, утверждает, что в советский период в редакции поступало больше писем и звонков, чем в современной России.

Так, он поднимает **проблему зависимости журналистики от власти.** В доказательство своей позиции В. Снегирев приводит примеры реальных журналистских историй, когда за правду или выражение аполитичной позиции, с федеральных телеканалов и из престижных изданий увольняли достойных профессионалов. По мнению автора, сегодня недостаточно развита система защиты представителей СМИ, из-за чего погибают и отбывают наказания в тюрьмах невинные журналисты, чаще расследователи. Журналист обращает внимание коллег на необходимость изменения образовательных программ в учебных заведениях, выпускающих профильных специалистов.

Для решения представленных проблем у журналиста должна быть сформирована профессиональная ценностная система, в которую, по мнению В. Снегирева, входит: **ценность честного журналиста; ценность независимости журналиста от редакционной политики издания и представителей власти; наличие спроса на качественную журналистику; забота журналиста о своем имени и облике своей профессии.**

В ходе контент-анализа была выявлено, что главенствующее положение в иерархии ценностей занимает **ценность честного журналиста**, который независим от мнения окружающих и любого давления власти. В связи с проблемой тяготения современных СМИ к «жёлтой прессе» и концентрацией внимания читателя на скандальных новостях, ценность приобретает **тенденция спроса на качественную журналистику:** профессиональные, научные, культурно-образовательные издания. В. Н. Снегирев утверждает, что журналист не должен удовлетворять потребность читателя в «жёлтых» новостях. Выявленные ценности свидетельствуют о нужде журналистики в

действительно умных, образованных людях, которые имеют широкий кругозор и умеют общаться, говорить и писать. Сама журналистика должна стать ценностью для профессионала, потому как, если она выходит за рамки профессии и становится образом жизни и основой мировоззрения, «рождается» настоящий журналист.

Опираясь на результаты исследования, можно сделать вывод о том, что на сегодняшний день журналистика переживает кризис аксиологической профессиональной системы и претерпевает деформацию ценностей, которая недопустима для выполнения журналистского долга и реализации назначения журналистского творчества. Это порождает ряд проблем, которые нуждаются в искоренении. Для изменения ситуации необходимо обратить внимание журналистов на эти проблемы через редакционную политику СМИ, деятельность Союза журналистов России, ряда санкций, также ввести в образовательных учреждениях научную дисциплину «Аксиология журналистики», чтобы молодые выпускники вступали в профессию с уже сформированной ценностной базой в отношении профессии.

### **Литература и источники**

1. Артишевская, Т. М. К проблеме аксиологии творчества журналистов / Т. М. Артишевская // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – №10. – С. 115 – 118.
2. Барышков, В. П. Аксиология: учебное пособие / В.П. Барышков. –Саратов, 2009. – 65 с.
3. Зорин, К. А. Об актуальности изучения ценностных представлений медиаспециалиста / К. А. Зорин // Система ценностей современного общества. – 2010. – № 14. – С. 114 – 118.
4. Снегирев, В. Н. Как карта ляжет: от полюса холода до горячих точек / В. Н. Снегирёв. – М: ООО «Аякс-Пресс», 2017. – 384 с.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Инешина С.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

**УДК 070**

### **ДРАМАТУРГИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ШОУ «ЦЕНТРАЛЬНОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ»**

***Качусова К.К.***

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»  
kachusova\_ks@mail.ru

В работе рассматривается проявление драматургии в информационном шоу «Центральное телевидение». Данная программа имеет определенный сценарный план, в который входят четыре основных элемента: телевизионные сюжеты, интервью, прямые включения и ведущий как связующая нить между ними. Одним из направлений исследования стало изучение компонентов имиджа ведущего: речевой облик, коммуникативное поведение, внешний вид. Особое внимание уделено речевому облику Вадима Такменева, обнаруживающему индивидуальные особенности. Вадим Такменев ведет выпуск программы к кульминации, следуя правилам драматургического построения. В результате исследования было выявлено, что телевизионная программа «Центральное телевидение» обладает продуманной драматургической концепцией, что подтверждается стабильным положением в списке рейтинговых программ, продолжительностью выхода проекта.

**Ключевые слова:** драматургия, информационное шоу, «Центральное телевидение», структура программы, ведущий, Вадим Такменев.

## DRAMATURGY OF THE INFORMATION SHOW "CENTRAL TELEVISION»

*Kachusova K.K.*

Kemerovo State University

The paper considers the manifestation of drama in the information show "Central Television". This program has a certain scenario plan, which includes four main elements: television stories, interviews, live broadcasts, and the host as a connecting thread between them. One of the research areas was the study of the components of the presenter's image: speech appearance, communicative behavior, appearance. Special attention is paid to the speech appearance of Vadim Takmenev, which reveals individual features. Vadim Takmenev leads the release of the program to the climax, following the rules of dramatic construction. As a result of the study, it was revealed that the TV program "Central Television" has a well-thought-out dramatic concept, which is confirmed by its stable position in the list of rating programs, the duration of the project's release.

**Keywords:** Drama, information show, "Central Television", program structure, presenter, Vadim Takmenev.

Драматургия телевизионного формата обладает рядом особенностей, отличающих ее от более изученной традиционной кинодраматургии, подразумевающей построение сценария фильма как единственного в своем роде аудиовизуального произведения [1, с. 131].

И. Н. Кемарская определяет **драматургию** как сюжетно-образную концепцию телевизионного произведения [2, с. 63]. Главным фактором при создании телевизионной программы является подготовка сценария. Как отмечает К. В. Вилкина, к подготовке сценария телевизионной программы можно отнести 5 взаимосвязанных элементов: замысел, сбор материала, идея программы, сценарные эпизоды и закадровый текст [3, с. 2]. Помимо этого, в каждом сценарии есть звенья драматургической цепи: экспозиция, завязка, конфликт, кульминация, развитие действия и развязка [3, с. 3]. Данная схема делает сюжет завершенным, а зрителю позволяет отследить сценарную последовательность, развитие действия, а также ролевую систему участников. Эту последовательность можно изменять. Особую роль в любом телевизионном произведении играет автор. В информационном шоу – ведущий, который является связующей нитью телевизионного произведения, ведет сюжет программы к кульминации.

### **Проявление драматургии в информационном шоу «Центральное телевидение» на уровне концепции и содержания программы**

Идейно-образная концепция информационного шоу «Центральное телевидение» реализуется на уровне содержательной характеристики и композиции программы. К содержательному аспекту относятся темы и информационные поводы сюжетов, интервью и прямых включений. Композиция программы строится по определенной схеме, ключевым элементом которой являются сюжеты. Программа разбита на тематические блоки, в каждый блок входит 4-6 телевизионных сюжетов. Информационные поводы – главные события и новости, которые произошли за неделю в разных сферах (политика, экономика, социальная сфера). Это заявлено и в слогане информационного шоу – «*О событиях, которые обсуждают и о людях, о которых говорят*».

Стоит отметить, что первым показывают тот сюжет, тема которого в большей степени отвечает актуальной повестке. Сюжеты располагаются по значимости. Политические темы охватывают весь мир, общественные касаются в первую очередь России.

Так, в выпуске от 28 марта 2020 г. все сюжеты посвящены пандемии коронавируса. Он является ярким примером того, как ведущий может преподнести одну тему с

разных сторон, охватив разнообразные сферы – политику, экономику, общество и медицину.

Проведенный контент-анализ показал, что наиболее частотным являются репортажи о политических деятелях или политической обстановке в России или мире.

**Интервью** как структурный элемент композиции программы. Обязательным элементом каждого выпуска программы является студийное интервью ведущего с приглашенным гостем (певцы, музыканты, политические деятели, обычные люди, неизвестные широкой аудитории). В каждом выпуске проводится от одного до трех интервью, в ходе программы студию могут посетить один или несколько гостей.

Интервью в студии выполняет рекреативную функцию, так как проходит в непринужденном формате, что позволяет зрителю отвлечь внимание от серьезных политических и экономических тем.

Ход интервью складывается по определенной схеме: обозначение информационного повода (это может быть календарная дата или выход новой песни или нового фильма какого-либо артиста, звездный скандал или событие, произошедшее с обычным человеком, после которого он стал знаменитым) – описание ситуации через вопросы ведущего и ответы собеседника – вывод.

Так, в выпуске от 31 августа 2019 г. интервью проводилось сразу с несколькими гостями. Это были звезды шоу-бизнеса и их дети, которые сидели за школьными партами с соответствующими атрибутами (тетради, учебники и т.п.). Ведущий задавал вопросы, касающиеся как школьной программы и дальнейшего обучения, так и их жизни в целом. Интервью проводилось в форме игры. *«Как собрать ребенка в школу, не истратив целое состояние»* – это было главной темой, которую обсуждали на протяжении беседы.

Помимо сюжетов, которые являются основным каркасом информационного шоу и интервью с гостями, в программе присутствует еще один элемент – **прямые включения**.

Например, в выпуске от 9 ноября 2019 г. после анонсов всех сюжетов, ведущий обратился к соведущей Елене Спиридоновой со словами о том, что *«за эту неделю приходит много жутких новостей из Санкт-Петербурга»*. Сведущая рассказывала подробности убийства молодой девушки известным историком Олегом Соколовым. Елена Спиридонова в тот момент находилась в Санкт-Петербурге и вела прямой эфир с места события. Такие включения сопровождаются сюжетом о событии или о человеке с закадровым комментарием ведущего.

В прямых включениях могут участвовать не только ведущие, но и звезды шоу-бизнеса, которые не смогли оказаться в студии «Центрального телевидения».

Функция данного элемента – добавление дополнительной информации, формирование полноценной картины происходящего.

**Ведущий** – это один из главных элементов в структуре информационного шоу. Вадим Такменев – профессионал, он работает в прямом эфире и каждый раз подчеркивает это, что усиливает степень ответственности перед телезрителями [4, с. 137].

Ведущий является «визитной карточкой» любой телекомпании и помогает создать ей публичный имидж и способствовать финансовому успеху [5, с. 52]. Вадим Такменев является связующим элементом всей программы. Он выступает в роли рассказчика, комментатора и аналитика информационного шоу. Узнаваемая риторическая манера помогает привлекать внимание аудитории. В анонсах к сюжетам Вадим Такменев прибегает к оценочности, что показывает его отношение к описываемому.

Особенностями речевого облика Вадима Такменева являются **экспрессия** и **оценочность**, которые проявляются с помощью разнообразных приемов: метафоры, сравнения, эпитеты, обращения к фразеологизмам. Например, *этот беглый украинский политик нужен Дональду Трампу как воздух, ведь у него есть компромат на Байдена, а значит, в его руках и судьба Трампа, и ключи от Белого дома. Но кто же он? (выпуск от 05.10.2019 г.)*.

Ведущий использует **иронию** как способ представления героя. Так, в выпуске от 22 февраля 2020 г. студию информационного шоу посетил известный музыкант Сергей Шнуров. Вся беседа была построена в ироническом ключе. *«Мы поговорим о главной информационной бомбе недели. На политическом небосклоне грянул гром и, кажется, зажглась большая новая звезда. Сергей Шнуров начал политическую карьеру...»*. Представление гостя было в игровой форме с элементами иронии. *«Пока рано что-то говорить, но ясно одно... Кажется, ему снова удалось невозможное и каждый его шаг опять обсуждают все: и поклонники, и хейтеры. Нам сегодня тоже удалось невозможное! У нас в студии музыкант, поэт, лидер группировки «Ленинград», главный экспонат новой политической повестки, Сергей Шнуров. Серёжа, привет!»*.

Вадим Такменев в беседе с гостями часто обращается к **оценочным лексемам**: *«ты такая яркая, блестящая», «умная и очень талантливая», «чудесная актерская игра», «талантливый человек талантлив во всем!», «все знают, что ты лучший», «я и не сомневался, что ты красавчик»*.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что драматургия «Центрального телевидения» реализуется на уровне идейно-образной концепции программы. Все составляющие в структуре программы реализуются как самостоятельные элементы, в совокупности давая нам законченное телевизионное произведение.

### Литература и источники

1. Кемарская, И. Н. Телевизионная драматургия: форматный подход / И. Н. Кемарская // Вестник Всероссийского государственного института кинематографии. – 2015. – № 4. – С. 130-142.
2. Вилкина, К. В. Драматургия развлекательных и интеллектуальных ток-шоу: сборник материалов «Молодежь и наука» / К. В. Вилкина. – Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2013. – С. 1-3.
3. Кемарская, И. Н. Телевизионный редактор: учебное пособие / И. Н. Кемарская. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 119 с.
4. Мальцева, И. А. Приемы психологического воздействия СМИ на телеаудиторию посредством выпусков новостей / И. А. Мальцева // Вестник Кубанского государственного университета. – 2017. – № 6. – С. 137-146.
5. Гострова, Е. В. Роль ведущего в телевизионной информационно-аналитической программе: учебное пособие / Е. В. Гострова. – М.: из-во МГУ, 2005. – 113 с.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Инешина С.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

УДК 82

### САМОРЕФЛЕКСИЯ ЖУРНАЛА «ВОКРУГ СВЕТА» НА ПРИМЕРЕ ЮБИЛЕЙНОГО ВЫПУСКА ЗА 2011 ГОД, ПОСВЯЩЁННОГО 150-ЛЕТИЮ ИЗДАНИЯ

*Матико Е.С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[matikoshka@mail.ru](mailto:matikoshka@mail.ru)

Сформулировав цель работы как исследование процесса саморефлексии юбилейного выпуска журнала «Вокруг света», посвящённого 150-летию издания, автор выполняет анализ подборки номеров за 2011 год. Определяется уникальность №12, завершающего годовой выход журнала, акцентируется внимание на проблематике, тематике и авторском составе. Достаточно подробно исследуется рубрикация выпуска и его

логическое деление на «части», выделенные в рассматриваемой книжке журнала на основании проблемно-тематического и хронологического принципов. Так, первая, условно выделенная часть, посвящена рассмотрению роли журнала в эпоху научных и технологических открытий и соответствует начальной стадии существования журнала. Вторая часть представляет издание в контексте эпохи социальных и политических экспериментов. В материалах третьей части акцент сделан на эпохе информационного прорыва. Четвертая часть носит прогностический характер. Оценивается место юбилейного номера в контексте годовой подборки журнала «Вокруг света», констатируется итоговый характер 12-го выпуска как по отношению к годовой подборке, так и ко всему периоду существования издания. Подведение итогов и обозначение установки на преемственность позволяет редакции наметить перспективы развития журнала в XXI в.

**Ключевые слова:** саморефлексия; рубрикация; научно-популярный журнал; «Вокруг света».

## **SELF-REFLECTION OF THE MAGAZINE "AROUND THE WORLD" ON THE EXAMPLE OF THE ANNIVERSARY ISSUE FOR 2011, DEDICATED TO THE 150TH ANNIVERSARY OF THE EDITION**

*Matiko E.S.*

Kemerovo State University

Having formulated the purpose of the work as a study of the process of self-reflection in the jubilee issue of the magazine "Around the world", dedicated to the 150th anniversary of the publication, the author analyzes the selection of issues for 2011, highlighting the 12th issue. Noticing the strong difference between the anniversary issue and the rest of the issues, the author notes the features specifically for this popular science publication. The researcher emphasizes the uniqueness of issue No. 12, which completes the annual release of the publication, focuses on the subject matter, topics and authorship. The rubrication of the issue and its logical division into "parts" are investigated in sufficient detail. The place of the jubilee issue in the context of the annual selection of the magazine "Around the world" is evaluated.

**Key words** self-reflection; rubrication; popular science magazine; "Around the world".

В современном мире наблюдается колоссальный интерес к научно-популярной информации, ведь наша жизнь наполнена научными знаниями. Однако мир науки остаётся закрытым для своего познания, требует специальных навыков и умений. Именно научно-популярные журналы становятся источниками знаний. В них объясняются самые сложные научные открытия. Уже более 150 лет одним из таких изданий является «Вокруг света».

Немало российских исследователей изучали журнал «Вокруг света» в разные периоды его существования. Э. А. Лазаревич сумела определить основные типологические характеристики, такие как «периодичность», «наличие программы», а также определённую преемственность в содержании и оформлении издания, его степень ориентированности на аудиторию [6]. Работы Е. В. Комаровой посвящены многим периодам развития научно-популярного журнала. Исследователь даёт развёрнутый анализ издания периода 2000-х годов [4]. Более подробно Е. В. Комарова в своей работе описывает историю журнала в период 1885–1891 г.г. [5]. Ещё одна работа автора посвящена периоду 1861–1868 гг. [2]. Всем периодам развития журнала вплоть до 150-летия посвящена работа М. В. Литке [7]. Ею подробно была описана типология журнала в разные периоды его существования. В исследовании С. И. Симаковой затронут вопрос о важности визуализации контента. Автор приходит к выводу о том, что смена подачи информации необходима в связи с преобладающим в обществе клиповым мышлением [8].

Выпустив в 2011 году юбилейный номер журнала, посвящённый его 150-летию, редакция инициировала изучение собственной деятельности. Однако более исследований на примерах юбилейных выпусков не проводилось. На этом анализ изданий с точки зрения контента прекращается. По подборкам за 2011 год исследования отсутствуют.

Юбилейный, 12 выпуск за 2011 год, посвящённый 150-летию издания, резко отличается от каждого выпуска в годовой подборке. Стоит начать с того, что в специальном выпуске всего 11 рубрик и чаще всего – это исторические очерки.

Номер тесно связан с темой эволюции. На первых страницах во вступительном слове Сергей Пархоменко объясняет специфическое деление юбилейного выпуска не только на рубрики, но и на разделы. Редактор проводит параллель между развитием мира и самого журнала. Первая рубрика («Основы») поделена на 4 части и представляет собой те самые разделы. Каждый из них – период времени, равный примерно 50 годам, в который развивался и развивается журнал. Раздел включает в себя эссе приглашённого автора на тему, соответствующую эпохе.

1 часть. 1861 – 1911 гг. Эпоха научных и технологических открытий. Бруно Латур, крупный философ современности, рассуждает о важности поиска пути трансформации мира для дальнейшего движения вперёд.

2 часть. 1911 – 1961 гг. Эпоха великих социальных и политических экспериментов. Лев Гудов, директор Левада-центра, в своём эссе считает, что вместе с появлением журнала в России произошло укоренение общества.

3 часть. 1961 – 2011 гг. Эпоха информационного прорыва. Роман Лейбов и Дмитрий Малинин в своём эссе говорят о том, что сегодня мир стоит только на пороге информационной революции. Процесс запущен, однако плоды собирать ещё рано.

4 часть. XXI век. Совмещение анализа современности и обозначения перспектив. Эпоха преодоления мультикультурного кризиса. Ведущий английский социолог Зигмунд Бауман в своём эссе «Прощание с миром своих и чужих» рассуждает на тему мультикультурного кризиса.

Дух времени, о котором было сказано во вступительном слове редактором, передаётся на страницах журнала при помощи уникальных рубрик, которые встречаются лишь раз в юбилейном выпуске. Так, в рубрику «Первопроходцы» материал «Бремя белого» подготовил Александр Гаррос, новое лицо среди авторов. Исторический очерк рассказывает о первых покорителях Южного полюса, о сложностях, с которыми каждому из них пришлось столкнуться на пути к великим открытиям. «Здесь всё хранится вечно, ничто не портится: ни полюс, ни подвиг». [ВС №12, 2011, с.52]. Ещё две уникальные рубрики – «Ускорение» и «Космос». В последней представлена работа Владимира Сурдина «Билет в один конец», в которой автор рассуждает о том, есть ли необходимость сегодня, в эпоху стремительно развивающихся технологий, подвергать людей риску, отправляя их в космос. Вторая часть журнала представлена уникальными рубриками «Развилки», «Ниспровергатели». Ещё один проблемный материал находится в рубрике «Гщеславие». В ней Борис Чистых («Зверобой класса люкс») поднимает проблему постоянно развивающейся индустрии сафари. В третьей части уникальной стала рубрика «Путешественники». Юлия Вишневецкая в материале «Мировой заговор незнакомцев» рассматривает феномен каучсерфинга в XXI веке.

Преимственность же материалов подчёркивается сквозными рубриками, которые представлены во всех четырёх разделах журнала. Одна из них – «Навигация», которая очень интересно встроена в первую рубрику «Основы», она является неким приложением к эссе авторов, подробно иллюстрирует эпоху, о которой идёт речь. Схемы и инфографика размещены внутри рубрики на плотных мелованных листах «гармошкой», что позволяет рассматривать большой иллюстративный материал к каждому разделу.

Отдельное внимание хочется уделить рубрике, которая оказалась самой масштабной в контексте юбилейного выпуска журнала. «Эволюция» объединила порядка 20

материалов, все они были вплетены редактором в 4 части юбилейного выпуска. Каждой эпохе соответствует заметный прогресс в определённой сфере. Так, период научных и технологических открытий иллюстрируют материалы авторов о глобальных прорывах в сфере транспортного сообщения (автомобили, железные дороги, самолёты), медицины, обустройства домашнего быта (преобразование ремесла). Эпоха великих социальных и политических экспериментов представлена прорывами в области социальной сферы, экологии, биотехнологии, архитектуры. В третьей части выпуска подробно освещаются темы развития брендов, беспроводной связи, персональных компьютеров, досуговой деятельности и таких явлений как копирайт современности. Четвёртая, прогностическая часть номера, даёт экскурс по нетрадиционным способам получения пищи и воды в эпоху истощения ресурсов.

Ещё одна масштабная рубрика, которую не стоит рассматривать в контексте деления на части – «Архив». В подборке номеров за 2011 год она присутствует абсолютно в каждом номере. В последнем выпуске 2010 года её нет. Следовательно, она целенаправленно была введена редакцией в юбилейный год журнала. В каждом выпуске у читателя была возможность ознакомиться с двумя выпусками сразу, один из них архивный. На разворот помещались интересные фрагменты из какого-либо журнала прошлых лет. А в юбилейном выпуске в рубрике «Архив» был проведён обширный экскурс по истории журнала с момента его образования до второго десятилетия XXI века.

Нетрудно оценить уникальность юбилейного выпуска среди остальных номеров «Вокруг света». Ему отведено значимое место в истории издания. Об этом свидетельствует яркая надпись на обложке: «Полтора века удивительных открытий», а также слова редактора Сергея Пархоменко в предисловии к выпуску: «Огромная, без преувеличения многомиллионная, аудитория читателей, наших надёжных друзей по всей России и далеко за её пределами, – вот источник той жизненной энергии, которая десятилетие за десятилетием наполняет «Вокруг света», заставляет журнал с неослабевающей страстью и увлечением вглядываться в окружающий мир» [ВС №12, 2011]. Также редактор отметил, что пока темы такого масштаба, как преодоление мультикультурного кризиса будут стоять перед людьми, «удивительная одиссея «Вокруг света» будет продолжаться». [ВС № 12, 2011, с. 6] Ещё в 2011 году Сергей Пархоменко сделал акцент на дальнейшее развитие журнала с исторической точки зрения. Та самая четвёртая часть журнала 2011 года о мультикультурном кризисе. Тогда создатели выпуска не знали, что произойдёт через 5,10 лет.

В выпусках 2011 года ощущается целевая установка редакции сделать номер, который демонстрирует историю издания, одна из основных задач которого и в XIX, и в XX, и в XXI столетии остается неизменной - помочь читателю заниматься самообразованием. Можно видеть, что в материалах этого номера 150-летие издания ознаменовано громким подведением итогов.

### **Литература и источники**

1. Вокруг света. 2011. №1(2844) - №12 (2855)
2. Комарова, Е. В. Духовные ценности на страницах журнала «Вокруг света» (1861-1868 гг.) / Е.В. Комарова // СМИ и духовная жизнь общества. – Н.Новгород: Изд-во Нижегородского госуниверситета, 2012. – 122-126 с.
3. Комарова, Е. В. Журнал «Вокруг света»: становление и функционирование на современном этапе: автореф. дис. ...канд. филол. наук: 10.01.10 / Е. В. Комарова. – Челябинск, 2014. – 23 с.
4. Комарова, Е. В. Журнал «Вокруг света» (2001–2011 гг.) в свете типологии периодических изданий / Е.В. Комарова // Вестник Нижегородского университета им. Н.И.Лобачевского. – 2013. –№6(1). – С. 390–394.
5. Комарова, Е. В. Журнал «Вокруг света» в 1885-1891 гг.: типологическая характеристика / Е. В. Комарова // Вестник Нижегородского университета им. Н.И.Лобачевского. – 2014. – №2(1). – С. 360-363.

6. Лазаревич, Э. А. Научно-популярный журнал как тип издания / Э.А. Лазаревич // Вестник Московского университета. – 1979. – №1. – С.12.

7. Литке, М.В. 150 лет журналу «Вокруг света»: становление и развитие типологической модели / М.В.Литке // Вестник Томского государственного университета. – 2012. – №3(19). – С.131–141.

8. Симакова, С.И. Визуальный контент на страницах журнала «Вокруг света» как средство трансляции научно-популярной информации / С.И. Симакова // Челябинский государственный университет. – 2016. – №4(21). – С.21–29.

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

**УДК 070**

## **ПРИНЦИП УНИВЕРСАЛИЗМА В НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОЙ ПЕРЕДАЧЕ**

**«ОЧЕВИДНОЕ — НЕВЕРОЯТНОЕ» С. П. КАПИЦЫ**

*Мельникова А.Р.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[alinamelnikova2298@mail.ru](mailto:alinamelnikova2298@mail.ru)

Наука — это и учёные, которые её создают, и лаборатории, университеты, в которых они работают, и система отношений, и метод, и знания. Цель популяризаторской деятельности — сформировать целостное представление о науке, развить научное мышление. Одним из каналов коммуникации при этом может выступать телевидение. В СССР существовало большое количество научно-популярных телепередач: «Здоровье», «Клуб путешественников», «В мире животных», «Человек. Земля. Вселенная», «Очевидное — невероятное». И сегодня с учётом тенденции на снижение интереса аудитории к науке изучение советского наследия в области популяризации является актуальным, поскольку может помочь современным журналистам лучше понять, как выстраивать стратегию научно-популярной телепрограммы. В статье анализируется принцип универсализма, стремление к всесторонности, многоплановости, выявлению общих структур, в передаче «Очевидное — невероятное» С. П. Капицы, которая выполняла идеологическую и культуроформирующую функции. Установка на синтез, объединение, обнаружение связей, сходств, поиск, как единичное соотносится с целым, по-разному реализуется в передаче: на уровне выбора проблемы для обсуждения, с помощью расширения темы или проведения аналогий между, казалось бы, несоотносимыми, полярными понятиями.

**Ключевые слова:** научная коммуникация, популяризация науки, научно-популярная журналистика, научно-популярное телевидение.

## **THE PRINCIPLE OF UNIVERSALISM IN THE POPULAR SCIENCE PROGRAMME «THE OBVIOUS — UNBELIEVABLE» BY S.P. KAPITSA**

*Melnikova A.R.*

Kemerovo State University

[alinamelnikova2298@mail.ru](mailto:alinamelnikova2298@mail.ru)

Science is the scientists who create it, the laboratories and universities where they work, the system of relationships, the method and the knowledge. The aim of popularisation is to form holistic view of science and to develop scientific thinking. One of the communication channels for this is television. There were a large number of popular science TV programs in the USSR: “Health”, “Travelers’ club”, “In the Animal World”, “Man. Earth. The Universe”,

“The Obvious — unbelievable”. Nowadays, considering the declining interest of the audience in science, the research of soviet popularisation heritage is topical because it can help modern journalists to better understand how to build up the strategy of popular science TV programs. The article analyses the universalism principle, intention of comprehensiveness, versatility and discovery of common structures in the TV program “Obvious — unbelievable” by S. P. Kapitsa, which had ideological and culture-forming functions. The idea of synthesis, connection, similarity and the search for the relation of the singular with the whole is realised in the program in different ways: on the level of choice of the problem to be discussed, by widening the theme or drawing analogies between seemingly incommensurable, polar concepts.

**Keywords:** science communication, scientific popularisation, popular science journalism, popular science television.

Наука — это сложное, многоаспектное явление, это и общественный институт, и фактор экономического развития, и творческая деятельность по производству новых знаний, и система этих знаний, это метод познания, фактор формирования убеждений и отношения человека к себе и окружающему миру. И занимаясь популяризацией науки, недостаточно просто предоставить аудитории информацию о созданных учёными технологиях, последних открытиях, нужно представить это явление со всех сторон, собрать все кусочки пазла, чтобы сложилась единая картина. Популяризация предполагает определение места науки в общей системе взглядов человека, она должна побудить его не только узнавать, то есть получать готовые ответы, но познавать реальность, то есть задавать новые вопросы и искать пути решения задачи.

Доктор физико-математических наук, профессор, ведущий научно-популярной телепрограммы «Очевидное — невероятное» Сергей Петрович Капица в своей речи при вручении ему в 1979 году премии Калинги, высшей награды ЮНЕСКО за исключительные достижения в области популяризации науки, сформулировал цели и методы научно-популярной журналистики: «Какие же методы нужно использовать, чтобы привлечь самую большую в мире аудиторию? Мы считаем, что наша главная задача состоит в том, чтобы помочь людям сформировать отношение к научным вопросам, а для этого мы должны не только сообщать им научные факты, но и доходчиво объяснять их, возбуждая воображение телезрителя и даже развлекая его с тем, чтобы заставить думать самого».

На любом интеллектуальном уровне люди прежде всего хотят понять, что есть добро и зло, что полезно, что необходимо. Эти всеобщие вопросы стоят перед каждым из нас, и каждый должен решить их для себя сам. В этом смысле всякий человек выступает и как философ, и как своего рода энциклопедист. Задача же учёных — объяснять смысл научного метода, воспитать у них научное, материалистическое мировоззрение. Быть может, это и есть самое главное в нашей популяризаторской деятельности» [1, с. 291].

Воспитывать научное мировоззрение — непростая задача. И передача «Очевидное — невероятное» — это один из примеров её успешного решения. Первый эпизод телепрограммы вышел 24 февраля 1973 года. Передача транслировалась еженедельно в выходной день на Первом канале Центрального телевидения до 1994 года (с 1991 г. — 1-й канал «Останкино»), из-за отсутствия финансирования была закрыта. С мая 1997 года выпуск программы возобновился, однако она мигрировала по разным телеканалам. Бессменным ведущим передачи на протяжении 40 лет (1973–2012) был С. П. Капица. Мы рассматриваем только советский период существования программы. Телепередача в то время пользовалась популярностью и осталась в памяти поколения, об этом говорит тот факт, что в ходе опроса ВЦИОМ, называя наиболее известных советских и российских учёных, люди указывали и С. П. Капицу, он был на пятом месте по числу упоминаний после С. П. Королёва, А. Д. Сахарова, И. В. Курчатова и Д. И. Менделеева [2].

Последние статистические исследования показывают, что сегодня россияне признают важную роль науки в обществе, но продолжают отдаляться от неё. Люди

воспринимают науку и технологии как инструмент повышения уровня жизни, при этом только 18% респондентов в возрасте 18–65 лет хотят быть в курсе последних событий в этой области. Регулярно или время от времени смотрят научно-популярные передачи лишь 35% опрошенных, 21% — читают статьи о науке и технике в печатных и онлайн-источниках [3]. Поэтому изучение передачи «Очевидное — невероятное» является актуальным, этот анализ может помочь скорректировать работу современных научно-популярных журналистов.

Одной из отличительных особенностей программы «Очевидное — невероятное» является установка на универсализм — «стремление к целостности, форма мышления, которая рассматривает универсум как целое и из него пытается объяснить, понять и вывести единичное» [4]. С. П. Капица всегда старается выявить причинно-следственные связи, обнаружить общие основания.

В центре некоторых выпусков программы — универсалии, которые рассматриваются в научной плоскости. Например, эпизоды, посвящённые совести учёного (1989 г.) или психологии научного творчества (1978 г.). Темой передачи также выступали научные проблемы, изначально предполагающие появление философских вопросов, такие как освоение космического пространства (выпуск 1979 г.). В программе С. П. Капица рассуждает о том, что космос является связующим звеном: «Мне бы хотелось обратить внимание на то, что наша сегодняшняя встреча здесь, она, кстати, есть следствие попытки такого подхода к проблеме того же космоса с общей точки зрения, ведь мы не случайно здесь собрались, за этим столом, хотя какая-то рука невидимая нас привела, понимаете, но космос — это есть одна из тех проблем, может быть, одна из очень немногих проблем, и в этом, может быть, одно из самых крупных её значений, того, что она именно есть синтетическая, объединяющая всех» [5].

Интересный ход использует С. П. Капица в передачах об иммунологии (этой теме были посвящены два эпизода программы, 1980 г.), героем которой был действительный член Академии медицинских наук СССР, иммунолог Рэм Викторович Петров. Ведущий, с одной стороны, спрашивает гостя о последних достижениях в этой научной области, то есть идёт разговор о фактах, а с другой стороны, побуждает исследователя рассмотреть категорию индивидуальности с иммунологической точки зрения. Иммунитет как защитник нашей биологической индивидуальности — эта мысль становится основной идеей выпуска.

В эпизоде, гостем которого стала народная артистка СССР, лауреат Ленинской премии, балерина М. М. Плисецкая, С. П. Капица старается связать две области, которые, как правило, противопоставляются друг другу, — искусство и науку, делает акцент на единстве развития культуры, сопоставляя синхронное появление новых направлений в живописи и физике. В качестве иллюстрации приведём несколько высказываний-вопросов ведущего, с которыми он обращается к Мае Михайловне Плисецкой:

1) «И художник и учёный ищут новое, они творят и, отталкиваясь от того, что они знают, от того, что они умеют, стараются делать своё. И чем дальше, тем мы, наверное, должны всё более активные формы искать для этого. Я думаю потому мы, наверное, пришли сюда, в этот зал, где выставлена, может быть, лучшая в мире коллекция импрессионистов, которые одни из первых порвали с канонами прошлого, классического искусства» (съёмки проходили в ГМИИ им. А. С. Пушкина, где находится коллекция живописи французских импрессионистов, постимпрессионистов и мастеров начала XX века) [6].

2) «Тогда, когда создавалась эта новая живопись, создавалась, кстати, и новая физика, в те самые годы, когда Матисс писал эти картины, создавалась теория относительности Эйнштейна, которая так же была не понята очень многими людьми. И драма крупного учёного, наверное, так же велика, как драма художника» [6].

10. С. П. Капица показывает, что искусство и наука сталкиваются со схожими проблемами:

«Вот здесь, наверное, есть ещё одна сторона дела. Мы сейчас имеем такое явление, как потребительство в области культуры. Я бы его сравнил с таким же потребительством в отношении к науке, когда всякую науку, всякое достижение человеческого гения, человеческого ума рассматривают только с одной точки зрения: ту пользу хотят употребить тут же, сразу, чтобы она была непосредственно видна. Вот как можно сделать, чтобы автомобиль после этого лучше ездил, или радио лучше разговаривало или что-нибудь ещё, понимаете. И вот тут возникает какая-то очень такая скородумная, короткоживущая... короткоживущий подход ко всяким вещам. Не возникает ли то же самое в искусстве, что мы начинаем рассматривать искусство с такой чисто вот потребительской точки зрения, оставляя в стороне какие-то гораздо более глубокие пласты человеческих чувств и представлений?» [6].

Принцип универсализма в телепрограмме «Очевидное — невероятное» используется по-разному: он может проявляться на уровне выбора темы выпуска, или это может быть переход от конкретного к абстрактному или путь поиска параллелей между, казалось бы, несоотносимыми понятиями. Однако, вне зависимости от тактики, которая применяется в каждом конкретном случае, стратегия одна — связать, объединить, определить, как частное соотносится с общим, индивидуальное с коллективным. И эта установка на универсализм помогает успешно выполнить главную задачу популяризаторской деятельности — создать целостное представление о науке, развить научное мировоззрение.

#### **Литература и источники**

1. Капица, С. П. Мои воспоминания: монография / С. П. Капица. — М.: АСТ, 2015. — 368 с.
2. Современный ученый: идеальный образ и реальное положение. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/sovremennyi-uchenyi-idealnyi-obraz-i-realnoe-polozhenie>.
3. Индикаторы науки: 2021: статистический сборник / Л. М. Гохберг, К. А. Дитковский, Е. И. Евневич и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: НИУ ВШЭ, 2021. — 352 с.
4. Савченко В.Н., Смагин В.П. Начала современного естествознания. Тезаурус. Ростов н/Д.: Феникс, 2006. — 336 с.
5. «Очевидное — невероятное» (1979 г.). URL: <https://youtu.be/Fkwj8c8rJY4>.
6. «Очевидное — невероятное» (1977 г.). URL: <https://youtu.be/5xdVrO4CyX0>.

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

**УДК 81**

### **АВТОРСКИЙ СТИЛЬ В ЖУРНАЛИСТИКЕ НА ПРИМЕРЕ ТЕКСТОВ ЮЛИИ ЛЕОНИДОВНЫ ЛАТЫНИНОЙ**

*Николаев К.Е.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[kirill-1998-kirill@mail.ru](mailto:kirill-1998-kirill@mail.ru)

Что такое «авторская журналистика» и чем она отличается от «персональной журналистики»? Каковы общие характерные черты авторской журналистики? Какие из них мы можем увидеть в стиле работ российской журналистки и колумнистки Юлии Латыниной? Авторское мнение о необходимости выражения журналистами собственного стиля, и каковы последствия для читателей.

**Ключевые слова:** журналистика, авторская журналистика, персональная журналистика, провокационность

## **AUTHOR'S STYLE IN JOURNALISM ON THE EXAMPLE OF THE TEXTS OF YULIA LEONIDOVNA LATYNINA**

*Nikolaev K.E.*

Kemerovo State University

What is "author journalism" and how is it different from "personal journalism"? What are the common features of copyright journalism? Which of them can we see in the style of the works of the Russian journalist and columnist Yulia Latynina? Author's opinion on the need for journalists to express their own style, and what are the consequences for readers.

Key words: journalism, author journalism, personal journalism, provocation

Не так давно, в интернет сообществах, стал набирать популярность термин «авторская журналистика». Что же это за термин, и чем он отличается от «персональной журналистики»?

Отмечается, что персональная журналистика, или персональный журнализм, - это явление, характерное для массовой коммуникации XVIII века, когда основатель и руководитель издания был главным, а порой и единственным автором, он же занимался типографским делом и распространением.

Но в современных реалиях подобные явления практически отсутствуют. Конечно, и сейчас мы можем увидеть авторское начало, но в нашем веке информационных технологий крайне трудно уникально, и при этом корректно выразить собственную точку зрения. Сейчас, выход продукта никак не возможен без его редакции коллективом. В случае же, когда в журналистском произведении доминирует авторское начало, открытость и независимость, можно говорить об авторской журналистике.

Прекрасным образом для примера могут послужить работы Юлии Леонидовны Латыниной. Юлия Леонидовна Латынина — российская журналистка, писательница, теле- и радиоведущая, колумнистка. Автор романов в жанрах политической фантастики и политико-экономического детектива. В журналистике известна как политический обозреватель и экономический аналитик.

Для начала, выделим общие характерные черты для авторской журналистики. Они включают в себя:

- участие автора на протяжении всего цикла: от создания продукта до его распространения (универсальная журналистика);
- четкая авторская позиция по предлагаемому вопросу (комментарии автора);
- индивидуальные стилистические особенности построения текста (авторский стиль);
- нетривиальный подход к освещению темы;
- обратная связь с аудиторией.

Так как авторскую журналистику определяет выведение на первый план личности автора-создателя текста и его позиции, то можно сделать вывод, что это «журналистика мнения». Аудитория воспринимает материал в первую очередь как авторский, выражающий точку зрения конкретного журналиста.

В России трудно найти журналиста, который не слышал о Юлии Латыниной. Её стиль узнаваем именно из-за своей провокационности и любви к жаргонизмам. Такие работы создают у читателя впечатление, что они общаются со своим знакомым, а не читают серьезную научную работу. Но не всё так однозначно, взглянем на подобный стиль поближе.

Если рассматривать стиль работ Юлии Латыниной согласно представленному выше перечню, можно заметить интересные тенденции.

С одной стороны — про неё можно сказать, что это журналист, который талантлив и пытается всеми силами пробудить в читателе воинственность, заставить задуматься.

С другой стороны, этот напор немного пугает, и наоборот отталкивает. Да, несомненно, Юлия не боится высказывать свою точку зрения, но задача журналиста – адаптировать её, сделать более доступной.

Главная проблема её работ – у них нет своей аудитории. Круг лиц, на которых рассчитана такая литература, очень узок, именно из-за скандальности высказываний.

Также, в узнаваемый стиль Латыниной входит частое повторение широко известных тезисов, что позволяет подвести аудиторию к собственной, хоть и довольно провокационной, точке зрения. В том числе, в большом объеме Юлия оперирует фамилиями и мелкими точными фактами, что затрудняет восприятие основной мысли. И, конечно, не могут не привлечь внимание, редко используемые журналистами жаргонизмы.

Именно такой авторский стиль мы можем легко проследить на основе общих характерных черт авторской журналистики. Можно ли его назвать «эталонном» авторской журналистики? Хороший ли это пример?

Несомненно, на каждого журналиста найдётся своя аудитория. Такие, уже закрепившие своё положение авторы, как Юлия Латынина, вполне могут позволить себе вызывать общественный резонанс провокационным материалом и его изложением.

Но чтобы выделиться из толпы журналистов, совсем не обязательно прибегать к подобным приёмам. Нужно понимать, что скандальность - не является обязательным признаком «авторского стиля». Юлия здраво размышляет на многие темы, но её мнение пропитывает каждую строчку. Она не оставляет читателю шанса на размышление, определенная точка зрения будто навязана. В целом, это и отличает её творчество от других.

Несомненно, на каждого журналиста найдётся своя аудитория. Но стоит поставить перед собой вопрос, что важнее: как можно ярче выразить свой стиль или заставить читателя задуматься над сюжетом текста, не отвлекаясь на лексику и провокации?

### **Литература и источники**

1. Калмыков А.А.. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / Научное издание — Москва. 2009.

2. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики: учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению и специальности «Журналистика» / Е.П. Прохоров. 5-е изд., испр. и доп. М.: Аспект Пресс, 2003. С. 32.

3. Лазутина Г. В., Распопова С. С.. Жанры журналистского творчества: Учеб. пособие для студентов вузов / Г. В. Лазутина, С. С. Распопова. — М.: Аспект Пресс. 2011

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

**УДК 070**

## **ОТРАЖЕНИЕ ОБРАЗА СОБЫТИЯ-ТРАГЕДИИ В РОССИЙСКИХ СМИ (НА МАТЕРИАЛЕ СОБЫТИЯ «ПОЖАР В ТРЦ «ЗИМНЯЯ ВИШНЯ» Г. КЕМЕРОВО»)**

*Осинцева Т.С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[bio4-kem@mail.ru](mailto:bio4-kem@mail.ru)

В научной работе изучается отражение образа события-трагедии в документальных фильмах, посвященных пожару в ТРЦ «Зимняя вишня» г. Кемерово. Исследуется содержание термина «событие-трагедия». С опорой на медиа-исследования

описывается специфика и особенности создания образа события-трагедии в аудиовизуальных материалах. Анализируется репрезентация образа трагедии в российских СМИ с помощью монтажных приемов, используемых в производстве аудиовизуального материала (звук, съемочные планы, журналистские приемы – лайф, стендап, комментарий), и сюжетного уровня. Элементом, связывающим монтажные приемы и сюжетную структуру, становятся средства художественной выразительности, репрезентирующие образ трагедии и отражающие отношение журналистов.

**Ключевые слова:** событие-трагедия, документальные фильмы, монтажные приемы, сюжетный уровень, средства создания художественной выразительности.

## **THE REFLECTION OF THE IMAGE OF THE EVENT-TRAGEDY IN THE RUSSIAN MEDIA (BASED ON THE MATERIAL OF THE EVENT «THE FIRE IN THE SHOPPING CENTRE «WINTER CHERRY» IN KEMEROVO»)**

*Osintseva T.S*

Kemerovo State University

The scientific work examines the reflection of the image of a tragedy event in documentary films dedicated to the fire in the Zimnyaya Vishnya shopping and entertainment centre in Kemerovo. The content of the term "tragedy event" is investigated. Based on media research, the author describes the specifics and features of creating an image of an event-tragedy in audiovisual materials. The representation of the image of a tragedy in the Russian media is analyzed with the help of editing techniques used in the production of audiovisual material (sound, shooting plans, journalistic techniques - life, stand-up, commentary), and the plot level of creating an image of a tragedy. The means of artistic expression that represent the image of the tragedy and reflect the attitude of journalists to the problem under consideration become an element connecting editing techniques and a plot structure.

**Keywords:** event-tragedy, documentaries, editing techniques, plot level, means of creating artistic expression, stylistic techniques.

Первостепенной задачей для СМИ является формирование представлений о тех или иных фактах, составляющих картину дня. Аудитории предлагается оценивать важность любого события с помощью «подсказок» со стороны СМИ [2, с. 126–134].

В зоне внимания аудитории не могут не оказаться события-трагедии. Событие-трагедия подразумевает ситуацию повышенной социальной напряженности, которая влечет за собой большие жертвы и имеет длительное продолжение [1, с. 71–85].

Одним из чрезвычайных происшествий, случившихся в России в новейшей истории, стала трагедия, которая произошла 25 марта 2018 года в городе Кемерово в ТРЦ «Зимняя вишня». На площади 1600 квадратных метров на четвёртом этаже разгорелся пожар – в результате погибли 60 человек. На следующий день после возгорания обрушилась кровля перекрытий торгового центра между 3 и 4 этажами. В связи с пожаром на территории Кемеровской области был введён режим чрезвычайной ситуации федерального уровня. К освещению события подключились местные и федеральные СМИ. Медиаистория освещения пожара в ТРЦ «Зимняя вишня» продолжает формироваться и сегодня. Так, весной 2021 г. вышел ряд журналистских материалов, рассказывающих о последствиях события. Например, на сайте «Такие дела» опубликован материал *«Два года назад сгорела «Зимняя вишня». «Такие дела» проверили торговые центры в городах России»* (25.03.2021 г.), на ютуб-канале «Редакция» – видео *«Уроки «Зимней вишни»* (25.03.2021 г.).

В данном исследовании представлены результаты анализа аудиовизуальных материалов: «Мы горим! Возможно, прощайте!» телевизионного канала «НТВ» (30.03.2018 г.), «По следам огня» ютуб-канала «ТОК» (24.03.2020 г.), «Правда о «Зимней вишне» ютуб-канала «BAZA» (25.03.2020 г.), «Ангелы «Зимней вишни» телеканала «Сталинград» (25.03.2020 г.).

Рассмотрим особенности создания образа трагедии в документальном фильме «Правда о «Зимней вишне» ютуб-канала «BAZA»

<https://www.youtube.com/watch?v=gxToVRofVBo>. Фильм вышел 25.03. 2020 г.  
Хронометраж – 57 минут.

Критерии анализа: монтажные приемы, используемые в производстве аудиовизуального материала; сюжетный уровень создания образа трагедии; средства художественной выразительности, репрезентирующий образ трагедии.

#### ***Монтажные приемы, используемые в производстве документального фильма.***

Для придания фильму динамичности при монтаже использовались разные виды съемочных планов. Так, для создания эффекта присутствия используется съемка с квадрокоптера и демонстрация общих и крупных планов, которые показывают горящее здание ТРЦ «Зимняя вишня» с разных ракурсов.

Для того, чтобы аудитория погрузилась в первые минуты начала пожара, стала свидетелем развития события, включаются архивные записи телефонных разговоров погибших с расшифровкой.

Масштаб произошедшего демонстрируется с помощью съемок горящего здания и детальных кадров окон, из которых полыхает пожар.

Включение записей с камер видеонаблюдения позволяет зрителям оказаться внутри здания в момент начала пожара. Показ документов с фотовидеотехнической экспертизой, эксперимента журналистов и моделирование возможных вариантов исхода пожара отсылает аудиторию к расследованию причин пожара и анализа его последствий. Беседы с пострадавшими и участниками случившегося сопровождаются съемками с камер видеонаблюдения, что также создает эффект присутствия и показывает отношение героев фильма.

Сочетание приведенных монтажных приемов дает возможность журналистам произвести реконструкцию пожара и продемонстрировать причины и последствия события.

#### ***Сюжетный уровень создания образа события-трагедии***

Воссоздание хронологии события-трагедии выстраивается с опорой на героя – участника произошедшего, появление каждого из которых открывает новую тему.

Так, история события развивается на основе рассказа семи героев.

Первыми героями являются родственники погибших, рассказывающие о поисках близких и процессе тушения ТРЦ «Зимняя вишня». Так, Александр Ананьев, отец троих погибших детей, вспоминает о том, как семья оказалась в «Зимней вишне», как он узнал о возгорании, как искал детей.

Далее работники ТРЦ «Зимняя вишня» описывают первые минуты пожара: как он начался, что делали посетители.

Авторы фильма проводят эксперимент, рассуждая, как мог начаться пожар. Показывают, какие выходы из торгового центра были заблокированы и какие возможные исходы происшествия могли бы быть, если бы пожарная сигнализация сработала в штатном режиме.

Далее журналисты сообщают о том, сколько людей находятся под следствием. Героем становится родственник подозреваемой.

Последний герой – один из родственников погибших, который анализирует причины трагедии.

Журналисты ставили перед собой задачу не только выстроить хронологию события, но и обозначить возможные причины и последствия случившегося. После слов героя они дают свой комментарий, подкрепляя сказанное различными аргументами: проводят эксперимент, составляют возможные варианты работы пожарных выходов, анализируют фото- и видеотехническую экспертизу криминалистов ФСБ.

#### ***Средства художественной выразительности, репрезентирующий образ трагедии***

Использование сформулированных оценок помогает продемонстрировать зрителю позицию журналиста, участников событий и мнения сторонних лиц (экспертов, очевидцев и т.д.). Оценочность – это компонент в семантической структуре языковой

единицы, информация о положительной или отрицательной характеристике объекта, об одобрительном или неодобрительном отношении к объекту [3, с. 38].

Телевизионная речь богата средствами художественной выразительности. Для создания эффекта эмоциональной выразительности журналисты используют риторические вопросы: «Почему случилось так, что в «Зимней вишне» не сработала противопожарная система?», «Почему эвакуационные выходы были перекрыты?», «Почему сигнализация не предупредила людей о начале пожара?», «Почему случилось так, что никто не был готов к тому, что произойдет, и кто ответственен за то, что люди погибли?»; риторические восклицания: «Можно условно разделить на тех, кто плохо, по мнению следствия, сработал во время пожара и тех, из-за кого, фактически, произошел пожар... Это те самые люди, которые должны были заранее побеспокоиться, чтобы во время пожара никто не погиб!... 60 человек – это на их совести, абсолютно!... То есть быть номиналом, это получается, алиби, по-твоему? Мне кажется, это не надо учитывать. Это надо размазывать по жести!... Да я ни за что не отвечаю! С меня взятки гладки!».

Отражение образа трагедии в российских СМИ реализуется с помощью монтажных приемов, используемых в производстве аудиовизуального материала: звука, съемочных планов и журналистских приемов (лайф, стендап, комментариев). Важно правильно простроить сюжетный уровень создания образа трагедии – у зрителя не должно возникнуть вопросов по отношению к компетентности героя к затрагиваемой проблеме и достоверности используемых фактов. Связующим элементом становится телевизионный язык, репрезентирующий образ трагедии. Стилистические приемы используются участниками фильма для того, чтобы оценить причины и последствия события-трагедии, выразить свое отношение по этому поводу.

#### **Литература и источники**

1. Демьянков, В. З. Семиотика событийности в СМИ / В. З. Демьянков // Язык средств массовой информации: учебное пособие для вузов / под ред. М. Н. Володиной. – М., 2008. – С. 71–85.
2. Калагарски, Г. Роль СМИ в конструировании медиамира как новой реальности / Г. Калагарски // Журналист. Социальные коммуникации. – 2015. – № 1 – 2. – С. 126–134.
3. Чернявская, Е. А. Оценка и оценочность в языке и художественной речи (на материале поэтического, прозаического и эпистолярного наследия А.С.Пушкина): дис... канд. филол. наук / Е. А. Чернявская. – Орёл, 2001. – 270 с.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Инешина С. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

**УДК 81**

### **ВЕРБАЛЬНАЯ И ВИЗУАЛЬНАЯ СОСТАВЛЯЮЩИЕ СОВЕТСКОГО РЕКЛАМНОГО ПЛАКАТА**

*Сергеева М.М.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[sergeevamari20@gmail.com](mailto:sergeevamari20@gmail.com)

В статье предпринимается попытка выявить и изучить рекламный потенциал плакатов в период НЭПа. Отмечается, что плакаты – наиболее популярный формат воздействия на аудиторию в первые годы советского государства. Вербально-визуальные средства коммерческих плакатов, броские и запоминающиеся лозунги-

стихи, воплощённые в ярких и острых графических формах, осуществляли значительное воздействие на людей. Идеологическая составляющая становится отличительной особенностью советской рекламы, так как Владимир Маяковский совмещал в своих стихах товарную агитацию с политической. Прослеживается формирование принципа конструктивистского плаката, его преимущество перед предыдущими рекламными полиграфическими продуктами, выраженное в использовании простых фигур и ярких стихотворных текстов. А также отражен постепенный процесс освоения приема фотомонтажа 1923-1925-х годов.

**Ключевые слова:** плакат, рекламный плакат, НЭП, конструктивизм, Родченко А.М., Маяковский В.В., агитация.

## VERBAL AND VISUAL COMPONENTS OF THE SOVIET ADVERTISING POSTER

*Sergeeva M.M.*

Kemerovo State University

This article attempts to identify and study the advertising potential of posters during the NEP period. It is noted that posters were the most popular format for influencing the audience in the early years of the Soviet state. The verbal-visual means of commercial posters, catchy and memorable slogans-phrases embodied in bright and sharp graphic forms, exercised a significant impact on people. The ideological component becomes a distinctive feature of Soviet advertising, as Vladimir Mayakovsky combined in his poems commodity propaganda with political propaganda. The formation of the principle of constructivist poster is traced, its advantage over previous advertising printing products expressed in the use of simple figures and vivid verse texts. It also reflects the gradual process of mastering the photomontage technique of the 1923-1925s.

**Keywords:** poster, advertising poster, NEP, constructivism, Rodchenko A., Mayakovsky V., agitation.

Цель настоящего исследования – выявить и изучить потенциал коммерческих плакатов в период НЭПа. Предметом исследования являются плакаты Родченко А.М., Маяковского В.В. Объектом – социально-значимая роль платного искусства в жизни общества. В рамках данной статьи в качестве материала были взяты советские рекламные плакаты 1920-1925-х годов.

Термин «плакат» употребляется в двух значениях: 1) вид графики, 2) единичное произведение искусства, выполненное в агитационных, рекламных или учебных целях. Так какое же значение имело это изобразительное искусство в 1920-е годы?

С переходом к новой экономической политике плакатное искусство как вид пропаганды приобрело широкий размах и даже стало отдельным видом модернистского направления. Гражданам СССР требовалось обрисовать перспективу новой жизни, закономерность происходящих перемен. В такой ситуации требовались яркие краски, новые техники и подходы к массово тиражируемым произведениям искусства. Именно поэтому Советские плакаты 1920-1925-х годов отличаются выразительностью и активностью не только содержания, но и композиции.

Изучению истории рекламного плаката посвящены многие научные труды отечественных исследователей, среди которых можно выделить статью Сымонович Ю.В. «Развитие социальной рекламы в историческом контексте», в которой был отмечен моментальный эффект плаката на общество [1]. А также Мухаметшина Д.Н. говорит о поликодовости рекламного плаката: «Не только форма «текста» помогает в его понимании, но и специальное расположение элементов текста (макет) и аттрактивный характер определенных знаков, что-то помечающих или заполняющих. Так, на передний план выходят семиотически осложненные тексты» [2].

Чтобы выявить «формулу» коммерческого плаката данного периода, нужно отграничить его от плаката агитационного. Агитплакат – плакат, отражающий

злободневные события и преследующий агитационные цели. Существенные различия кроются в том, что в агитационном плакате идея раскрывается посредством слов или «сцены» (в центре плаката герой, который совершает действие над другими участниками изображения), а в коммерческом плакате на первый план выходит предмет(товар).

Родченко А.М. и Маяковский В.В. представили советскому обществу рекламу различных государственных учреждений и товаров. Родченко ввёл линейные композиции-конструкции и открыл в Советском государстве новое направление искусства – конструктивизм. Его цель заключалась в создании продукта, который был бы полезен в обществе и жизни пролетариата. Конструктивизм проявился как стиль, основанный на авангарде с вниманием к функциональному и социальному назначению полиграфического продукта. Стоит отметить, что текст тоже играл немаловажную роль, так как от того, кто и как прочитает его, зависит уровень понимания смысла. На этом и основывалось сотрудничество поэта и художника. Маяковский В.В. занимался написанием текста к плакатам, а Родченко А.М. дизайном. В период с 1923 по 1925 годы они совместно выпустили ряд выдающихся произведений рекламного искусства.

Первой работой «реклам-конструктора» был плакат Родченко А.М. 1923г.: «Тот не гражданин СССР, кто Добролёта не акционер». В нём используются явные текстовые



(«Всем...Всем...Всем...», «гражданин СССР») и изобразительные (большой черный восклицательный знак, выделяющийся на белом фоне и призывающий к вниманию) акценты. Мы видим, что чисто коммерческая реклама Добролёта включает в себя политический контекст, присутствует связь коммерческой и агитационной составляющей. Общеизвестным фактом является политизированность

агитационных стихов и лозунгов Маяковского, но в данном случае перед нами плакат, созданный только Родченко.

Хотя Родченко А.М. был создателем конструктивизма, он не сразу открыл универсальный принцип создания плаката. Рассмотрим коммерческие плакаты галош Резинотреста 1923 года. Один выполнен без применений техник конструктивизма, а другой с геометрическими фигурами и характерными элементами этого течения. Первый плакат не имеет центра, преимущественно в нем выделяются такие цвета, как красный, желтый, синий, белый и черный. Есть фигуры верблюда, галоши и человека, но они не выделяются, так как находятся на втором плане. Слоган хоть и имеет ключевые слова (раскупай, лучшие галоши, Резинотрест), но он не читабелен, так как теряется на фоне. Что же касается второго плаката, то мы видим те же самые цвета. Но меняется расстановка акцентов, появляется центр. На нём изображён треугольник с галошами, явно фокусирующий взгляд наблюдателя. К тому же есть явная цветовая разбивка фигурами, которая усиливает визуальное воздействие. Красная и синяя линия сверху и снизу, желтый и красный прямоугольники посередине, две контрастные фигуры мужчин по бокам, которые балансируют плакат. Также фигуры мужчин наглядно показывают, что этот товар востребован и необходим (они обуты в галоши). Слоган короче и проще, ключевые слова (галоши Резинотреста, носят, Восток) выделяются и запоминаются.

Далее был ряд успешных конструктивистских коммерческих плакатов с яркими стихотворными текстами: «Лучших сосок не было и нет готов сосать до старых лет», «Нигде кроме как в Моссельпроме», «Не покупаю нигде кроме как в Моссельпроме», «Читайте журнал Молодая гвардия», «Мозер только у ГУМа», «Трехгорное пиво выгонит вон ханжу и самогон». В них нередко применяются изобразительные метафоры, символы, сопоставление изображений, обобщение формы предметов. Также

важную роль играет характер шрифта и расположение текста, яркое цветовое решение. Используются приемы противопоставления «положительного» и отрицательного». В центре плакатов всегда есть ключевая геометрическая фигура, либо это круглоголовая игрушка с сосками во рту, либо шестиугольник, в котором находится девочка с печеньем, либо геометрическая фигура здания Моссельпрома, либо фигура «человека-часов» из кругов и прямоугольников.



Отметим, что сначала товар в плакатах был нарисован более реалистично, чем окружающие его графические элементы, затем Родченко А.М. и Маяковский В.В. начали применять фотомонтаж. И вновь мы видим, что эта техника не сразу начала реализовываться успешно. Сравним плакат «Сразу в ГУМе найдешь все аккуратно быстро и дешево» 1923 г. и «Ленгиз книги» 1925 г. Реклама ГУМа была с различными



фотомонтажами: поезда, машины, само здание ГУМа, «приезжий». Использовались типичные цвета: красный, синий, белый, чёрный. Композиция с красными цветами, ведущая к восклицательному знаку ключевыми словами, выстраивает слоган: «Приезжий в ГУМе все дешево!». Текст хоть и выделяется разными цветами, но не воспринимается аудиторией, так как линии, которые «ведут» все объекты плаката в ГУМ и дуга из поездов, цепи машин, устремляющихся к магазину – утяжеляют плакат. В центре уже не фигура, а слово (ГУМЕ), но из-за нагромождения фотомонтажей оно не фокусирует на себе взгляд, ведь его перекрывают машины. Реклама издательства Ленгиз 1925 г. – пример качественного коммерческого плаката. Используется базовая палитра: красный, синий, черный, белый и зеленый в сочетании с фотомонтажем. Мы наблюдаем простые формы: прямоугольники, круг, треугольник. Центральная фигура(круг) смещена в сторону и уравновешивается треугольным «рупором». Лиля Брик в косынке комсомолки будто кричит в рупор, призывая читать книги Ленгиза «по всем отраслям знания». Если провести параллельные прямые, то в середине мы получим прямоугольник, внутри которого вся суть плаката, окаймленная названием организации.

Таким образом, использование техники конструктивизма и ярких слоганов, разбивка текста на смысловые части и использование простых фигур привело Родченко А.М. и Маяковского В.В. к успеху. Прикладная сфера коммерческой рекламы успешно использует опыт искусства авангарда, которое не столько копировало реальность, сколько творило ее заново из «фигур-первоэлементов».

Обратимся к вербальной составляющей плакатов. Отличительная черта изобразительного искусства в период НЭПа заключается в том, что границы между пропагандой, агитацией и социальной рекламой были размыты, в связи с конкуренцией частных и государственных предприятий. Исаев С.М. анализирует характер советской рекламы подчеркивает, что коммерческая реклама в СССР продолжила традиции политической агитации первых лет власти СССР, в частности революционность и ультимативность были основными качествами плаката становятся [3]. Плакат 1923 года «Трудящиеся! Не страшны дороговизна и НЭП – покупайте дешевый хлеб!» – яркий пример идеологического противостояния государственного предприятия и частного. В рекламе подчеркивается преимущество Моссельпрома («во всех магазинах и киосках», «в двух шагах от любого дома»). Чередование синих и белых полос притягивает взгляд аудитории к центральному ромбу, в котором расположены цифры, указывающие на 15% выгоду, и различные сорта хлеба. Благодаря трём цветам: белому, красному, синему и 4 рисункам, мы получаем полноценную картину о том, как обстоят дела с

хлебобулочными изделиями в Моссельпроме. Этот формальный язык привлекал внимание с помощью простых ярких цветов и контрастов.

Таким образом, мы убедились, что плакаты использовались не столько с коммерческой целью, сколько с идеологической, так как прослеживалась агитационная составляющая в содержании и подаче товара. Поэтому эффективные способы привлечения внимания к плакату важны не только потому, что нужно продать товар, но и потому, что советский рекламный плакат выполнял важную пропагандистскую функцию.

#### **Литература и источники**

1. Сымонович Ю.В. Развитие социальной рекламы в историческом контексте // Труды БГТУ. Серия 4: Принт- и медиатехнологии. 2020. №1. URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-sotsialnoy-reklamy-v-istoricheskom-kontekste>
2. Мухаметшина Д.Р. ДОРЕВОЛЮЦИОННЫЙ РЕКЛАМНЫЙ ПЛАКАТ КАК ПОЛИКОДОВЫЙ ТЕКСТ // Вестник ТГГПУ. 2020. №4 (62).
3. Исаев С.М. О рекламном характере «Советской рекламы» 1917–1991 годов // Практический маркетинг. 2020. №2 (276).

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

**УДК 070:004**

### **СПЕЦИФИКА ПОДАЧИ ЖУРНАЛИСТСКОГО РАССЛЕДОВАНИЯ В СЕТЕВЫХ ИЗДАНИЯХ**

*Семыкина А. Е.*

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

Жанр расследования в XXI в. продолжает существовать в печатных и телевизионных средствах массовой информации. Вместе с этим, расследование активно развивается в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Этот жанр не теряет актуальности и востребованности с момента его зарождения в XIX в. И также, с момента зарождения, он сохраняет такие же жанрообразующие признаки, один из которых, а именно предмет, отличает расследование от любого другого жанра.

С развитием технологий многие печатные издания переходят в сетевой формат. Интернет позволяет журналистам использовать функции, которые недоступны печати, как например, использование аудиовизуальных способов воздействия на аудиторию. Медиаресурсы модернизируются с течением времени. Вместе с этим изменяется и подача материала, что значительно влияет на его восприятие. Не исключение и жанр журналистского расследования, который в сетевом исполнении приобретает новые черты и формы.

Для понимания специфики подачи журналистских расследований в сетевых изданиях, проведен анализ журналистских расследований на наличие мультимедийных форматов и элементов, в качестве эмпирического материала были выбраны журналистские расследования сетевых изданий «Новая газета», «Freelance Bureau», «Правда Студия», «Важные истории» (по 10 материалов каждого сетевого ресурса) за период с 2018 по 2020 годы.

**Ключевые слова:** Сетевая журналистика, сетевое издание, журналистское расследование, мультимедиа, мультимедийные элементы, мультимедийный формат.

## SPECIFICITY OF SUBMISSION OF JOURNALISTIC RESEARCH ONLINE PUBLICATIONS

*Semykina A.E.*

Kemerovo State University

Investigation genre in the XXI century continues to exist in print and television media. At the same time, the investigation is actively developing in the information and telecommunication network Internet. This genre has not lost its relevance and relevance since its inception in the 19th century. And also, from the moment of its inception, it retains the same genre-forming features, one of which, namely the subject, distinguishes the investigation from any other genre.

With the development of technology, many print media are moving to a network format. The Internet allows journalists to use features that are not available in print, such as the use of audiovisual ways to influence audiences. Media resources are being modernized over time. Along with this, the presentation of the material also changes, which significantly affects its perception. The genre of journalistic investigation is no exception, which in the network performance is acquiring new features and forms.

To understand the specifics of filing investigative journalism in online publications, we analyzed investigative journalism for the presence of multimedia formats and elements; as empirical material, we selected investigative journalism of the online publications Novaya Gazeta, Freelance Bureau, Pravda Studio, Important stories (10 materials of each network resource) for the period from 2018 to 2020.

**Keywords:** network journalism, online publishing, investigative journalism, multimedia, multimedia elements, multimedia format.

Расследование – аналитический жанр, включающий в себя черты статьи и очерка. Расследование раскрывает преступления и привлекает внимание общественности к имеющимся проблемам через раскрытие скрываемых фактов и разоблачения. Журналисты прибегают к расследованиям ради достижения справедливости и установления истинных причин того или иного события или явления. Этот жанр может поднимать проблемы, актуальные как для небольшого населённого пункта, так и для нескольких стран, тем самым доказывая востребованность жанра и спрос аудитории на него [1].

В Интернете расследование публикуется в сетевых изданиях или на иных расследовательских ресурсах. Ряд исследователей уже проанализировали их и создали типологии. Следуя этим классификациям, можно сказать, что большинство расследовательских ресурсов – это сайты агентств и сайты, печатных изданий, перешедших в интернет (например, «Новая газета») [2].

Исследователь О.М. Силантьева выделяет следующие мультимедийные элементы, которые, по её мнению, стоит использовать в материалах: интерактивы (голосование, опрос; викторина; тесты; рейтинг или топ-лист; встроенный пост; календарь; бот; кроссворд; онлайн-петиция; листалка pdf; калькулятор); аудио (включая аудиоподкасты и аудиоцитаты); видео (в том числе Stories, анимированные ролики, элементы ускорения/замедления видео); изображения (включая коллажи и комиксы; инфографика [3].

Помимо этих элементов автор выделяет ещё и такие мультимедийные форматы, как короткий факт, таймер, цифра, дата, сумма или цитата, которые могут оформляться врезками. Врезка — «текстовый блок, набранный отличным от текста статьи кеглем, оформленный как самостоятельный графический элемент с применением рамки, или заливки, или линий». Более того Силантьева отмечает, что на восприятие материала влияет и сам текст: его объём, шрифт, подзаголовки, уже упоминаемые врезки, различные списки и диалоги. Также в тексте могут встретиться: гиперссылки, подборки ссылок, подборки цитат, словарь терминов, биографии авторов или героев, различные

расписания. Все вышеупомянутые элементы можно комбинировать и создавать смешанные форматы, которые и формируют подачу любого материала в Сети, в том числе и журналистского расследования.

В результате проведенного анализа 40 материалов в жанре журналистского расследования в сетевых изданиях «Новая газета», «Freelance Bureau», «Правда Студия», «Важные истории» мы пришли к выводу о том, что, кроме выделенных Силантьевой форматов (интерактив, аудио, видео, изображения, инфографика) в сетевых изданиях используются: дата, подзаголовок, врезка, шрифт, биография, подборка, список, диалог. Наиболее часто из всех обозначенных элементов используются следующие: дата, подзаголовок, фото, гиперссылка, врезка, скрин, иллюстрация и видео. Также из элементов, составляющих наполнение сайта как такового, в материалах присутствуют: рубрики, кнопка «прочитать позже», кнопка «поделиться», количество просмотров, комментарии, имя автора, ссылки на социальные сети, хештэги, а также графические элементы в виде буквиц, линий или рамок, которые служат в качестве художественного оформления.

Помимо выделенных элементов на восприятие влияет наличие на сайте так называемого «мусора» в виде рекламных баннеров и ссылок на другие материалы сайта. Все проанализированные расследования представлены в большом объёме текста, а с использованием большого количества мультимедийных элементов, оно вполне может подаваться в формате лонгрида. В таком случае наличие лишних элементов затрудняет чтение и снижает внимание аудитории.

Из всего вышесказанного можно прийти к выводу о том, что журналистское расследование в сетевых изданиях подаётся в виде объёмного текста. Из обозначенных мультимедийных форматов наиболее часто прибегают к использованию изображений (встретилось в 40 расследованиях из 40 выбранных для анализа) и инфографике (16 из 40). Видео использовалось в 12 материалах из 40, а аудиоформат не использовался вообще. В качестве интерактивных элементов самые популярные – гиперссылка и кнопки «подписка»/«донат».

Сетевые издания не могут размещать расследования без доказательной базы. Она выражается в аудиовизуальных способах донесения информации, доказывающих точку зрения автора или авторов: фотографии, видео или аудио. Помимо демонстрации доказательств с помощью аудиовизуальных средств, журналист может использовать инфографику для наглядности и интерактивные элементы для взаимодействия с аудиторией, повышения её интереса и удержания внимания. Анализ исследуемых материалов показал, что больше всего авторы прибегают к использованию изображений, в частности фото, скриншотов и сканов документов, а также разных видов инфографики. Художественные элементы в расследованиях в сетевых изданиях тоже присутствуют. В частности, это линии, буквицы и рамки. Они позволяют расставить акценты и визуально разделить текст.

Сайты, которые часто используют более разнообразные мультимедийные элементы, – «Новая газета» и «Важные истории». В них замечено использование необычных графиков, в том числе интерактивных, большее количество иллюстраций и врезок, которые удерживают внимание и интерес читателя.

### **Литература и источники**

1. Трофимова, Г.Н. Сетевая журналистика: некоторые тенденции развития [Электронный ресурс] / Г.Н. Трофимова // Вестник РУДН. – 2003–2004. – №7–8. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/setevaya-zhurnalistika-nekotorye-tendentsii-razvitiya/viewer> (дата обращения: 25.03.2021).

2. Литвинова Н. В. Расследовательские ресурсы Рунета: типологические особенности / Н.В. Литвинова // Вопросы теории и практики журналистики. – 2017 – №4. – С. 631-642

3. Силантьева, О. М. 92 мультимедийных формата / О.М. Силантьева. — Ridero, 2018. — 120 с.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Соломин В.Е., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

**УДК 81**

**РОЛЬ ПОЛИТИЧЕСКИХ СТЕРЕОТИПОВ В ПРОГРАММЕ  
Т. КЕОСАЯНА «МЕЖДУНАРОДНАЯ ПИЛОРАМА»  
*Шишкина Н.Е.***

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»  
[missis.natali99@ya.ru](mailto:missis.natali99@ya.ru)

В данной статье предпринимается попытка изучить сатирический потенциал стереотипного изображения в программе Тиграна Кеосаяна «Международная пилорама». Отбор стереотипов, транслируемых в телепередаче, производился путем сопоставления с известными анекдотам, интернет-мемам и публикациям в средствах массовой информации. Выявленные стереотипы анализируются в контексте телепрограммы с целью определения ценностных и мировоззренческих установок, воплощенных в этих стереотипах. В статье отмечается, что стереотипы используются в средствах массовой информации с целью трансляции упрощенной картины мира, что позволяет «Международной пилораме» устанавливать продуктивный диалог с аудиторией. Стереотипы формируют, навязывают или подкрепляют уже сформировавшееся у аудитории определенное отношение к демонстрируемому материалу. Собственно сатирический потенциал стереотипного изображения раскрывается только в отношении зарубежных событий и политиков: авторы передачи подчеркивают противоречия между действиями и словами зарубежных политиков и здравым смыслом. Репрезентация стереотипов об отечественной политике и политических деятелях не выявляет противоречий. Автор заключает, что в программе Тиграна Кеосаяна «Международная пилорама» связанные с отечественной политической повесткой стереотипы не наделены сатирическим потенциалом, они используются для репрезентации положительного образа российских политиков.

**Ключевые слова:** политическая сатира, стереотипное изображение, стереотипы, телепрограмма, «Международная пилорама», Кеосаян.

**THE ROLE OF POLITICAL STEREOTYPES  
IN THE PROGRAMM OF T. KEOSAYAN MEZHDUNARODNAYA PILORAMA  
[INTERNATIONAL SAWMILL]**

*Shishkina N.E.*

Kemerovo State University

This article attempts to study the satirical potential of the stereotypical image in Tigran Keosayan's program «International Sawmill». The selection of stereotypes broadcast on the TV show was made by referring to well-known anecdotes, Internet memes and publications in the media. The author of the research paper describes the stereotypes identified in the research material in order to determine their role in the context of the TV program. The article notes that stereotypes are used in the mass media in order to broadcast a simplified picture of the world, which allows the «International Sawmill» to establish a productive dialogue with the audience. The author says that the television program uses stereotypes in order to impose or reinforce a certain attitude to the material shown that has already been formed in the

addressee. At the same time, the satirical potential of the stereotypical image is revealed only in relation to foreign events and politicians, while the representation of stereotypes about domestic politics does not reveal contradictions. As a result, the author concludes that in Tigran Keosayan's program «International Sawmill», the stereotypes associated with the domestic political agenda are not endowed with satirical potential, they are used to represent a positive image of Russian politicians.

**Keywords:** political satire, stereotypical image, stereotypes, TV show, «Mezhdunarodnaya pilorama» [International sawmill], Keosayan.

В начале века телевизионные программы с острой политической сатирой были закрыты и не появлялись на российских телеэкранах долгое время. В сентябре 2016 года в эфир телеканала НТВ вышла программа Тиграна Кеосаяна «Международная пилорама», направленная на сатирико-юмористическое осмеяние политической действительности. Мы считаем, что объяснением этого феномена является смещение акцентов высмеивания. Для изучения этой тенденции, мы обратились к исследованию репрезентации стереотипов в программе Т. Кеосаяна «Международная пилорама».

Соответственно, цель нашего исследования заключается в выявлении и изучении сатирического потенциала стереотипов в программе Тиграна Кеосаяна «Международная пилорама». Объектом исследования является функционирование стереотипа в сатирическом дискурсе, а предметом – стереотипное изображение в представленной телепередаче. В качестве материала исследования послужили выпуски программы Тиграна Кеосаяна «Международная пилорама» за период с 20 января 2020 года по 1 декабря 2020 года, выбранных методом случайной выборки (16 выпусков).

Впервые термин «стереотип» в отношении социально-политического дискурса употребляется в 1922 в монографии У. Липпмана «Общественное мнение». Автор определяет феномен как образец стандартизированного восприятия и интерпретации окружающей действительности, сформировавшегося под общественно-историческим давлением [1, с. 98-162]. Характеризуя стереотипы как дискурсивные феномены, О.Г. Орлова выделила следующие их черты: эмоциональность и оценочность, амбивалентность, устойчивость, реальность, согласованность и неточность, упрощенность и схематичность, ассоциативность, неосознаваемость, деятельностная ориентированность [2, с. 13]. В качестве причины формирования и восприятия стереотипов отмечают предрасположенность общества к делению на «свое» и «чужое», а впоследствии – на «белое» и «черное», что приводит к упрощению понимания окружающего мира вне зависимости от уровня достоверности получаемого знания [2, с. 13]. Исследователи также выделяют ряд функций, которые присущи стереотипам: информирование, категоризация, ориентация в окружающем мире, редукция сложности, идентификация с группой, защита ценностей своей группы, ослабление культурного шока [3]. Помимо перечисленных функций мы также считаем необходимым дополнить классификацию коммуникативной и идеологической функциями.

А.В. Чепкасов указывает на то, использование стереотипов журналистами оправдано основной функцией СМИ: стандартизовать транслируемое аудитории сообщение. В своем исследовании он также дает определение стереотипам, функционирующим в медиапространстве: «устойчивые обобщенные и упрощенные представления о явлениях действительности, носящие характер предрассудка и бытующие в сознании аудитории СМИ как самостоятельно выработанные или навязанные коммуникаторами, а также как способ восприятия и отражения журналистами окружающего мира в медиапродукте» [4, с. 88]. Исследователи, изучающие политические стереотипы отмечают, что обращение общества к политическим стереотипам ведет к неправильной трактовке позиций политического деятеля, присвоению ему несвойственных качеств, появлению у граждан негативного отношения к нему и так далее [5, с. 116-117].

Примечательно, что стереотипы формируются как стихийно, так и сознательно. Последние, как правило, навязываются политиками или средствами массовой информации с целью влияния на мнение аудитории [6, с. 69-80].

В программе Т.Кеосаяна политические стереотипы персонифицируются, то есть авторы программы наделяют деятелей политики определенными признаками, тем самым создавая определенное отношение к персоналии. Наиболее часто в «Международной пилорама» воспроизводится **стереотип о В.Путине как о ведущем руководителе не только России, но и всего мира**. Это проявляется в репрезентации лексемы «начальник» в каждом выпуске передачи и традиционным завершением «секретных чатов» в рубрике «Настучали» сообщением В.Путина. В последнем случае лидер России не просто заканчивает диалог, но и демонстрирует свое широкое влияние на персоналии из сферы политики. Таким образом, «Международная пилорама» показывает «настоящую» иерархию в мировой политике, вследствие чего схематизирует знания аудитории и упрощает восприятие представляемой действительности. Поскольку в представленном фрагменте используется стереотип о могуществе В.Путина, можно заключить, что таким образом также происходит идентификация программы с группой почитателей лидера России.

Женщины-политики в программе высмеиваются с помощью гендерных стереотипов. Например, такому осмеянию подвергается лидер белорусской оппозиции Светлана Тихановская. Её образ в программе стал популярным в связи с событиями в Беларуси, которые начались в начале августа 2020 года. Во время демонстрации новостей или воспроизведения образа политика, авторы программы обращаются к **стандартизированному восприятию женщины**, так как до политической карьеры Светлана Тихановская была домохозяйкой. Авторы программы чаще всего воспроизводят образ С.Тихановской как женщины-домохозяйки, тем самым дискредитируя ее как политика. Данный подход к восприятию С.Тихановской возможен в связи с тем, что программа продвигает традиционные взгляды, в рамках которых не уместно представление о женщине-президенте. Совокупность примеров, в которых реализуется представленный образ домохозяйки, дает основания предположить, что таким образом «Международная пилорама» ослабляет культурный шок зрителя и идентифицирует его с традиционно мыслящей группой, воплощая «мужское» видение женщин в С.Тихановской. Репрезентация перечисленных стереотипов также способствует обесцениванию политической деятельности оппозиционера.

«Международная пилорама» не только репрезентует стереотипы, в которых отображена будто бы «правильная» картина мира, но и спорит со стереотипами, пришедшими из-за рубежа, то есть с «чужой» точкой зрения. Так, в программе высмеивается стереотип о том, что **русские виноваты в проблемах других стран**. Из-за репрезентации представленного стереотипа за рубежом в любых чрезвычайных ситуациях видят угрозу со стороны России. В цитируемых фрагментах диалога участвуют лидеры Америки, Украины и Великобритании, а также экс-президент Украины, которые высказывали точки зрения о причастности Российской Федерации к внутривосточным проблемам представляемых ими стран: движение BLM, протестные события в Украине, референдум по присоединению полуострова Крым и отравление семьи Скрипалей. Можно заметить, что персоналии подобраны ассоциативным методом (зритель без углубления в контекст понимает, о каких событиях идет речь – в чем именно была обвинена российская сторона). Комичное представление демонизации России на Западе достигается за счет демонстрации большого количества обвинителей. При этом создатели программы упрощают представление о зарубежных политиках и странах, схематизируя его по принципу «свой»/«чужой». Перечисленные персоналии выступают против России и, соответственно, относятся к «чужой» группе.

Например, демонизация России высмеивается в выпуске от 17.10.2020 года, когда Т.Кеосаян комментирует антироссийский разговор Б.Джонсона и В.Зеленского: «Как

гласит древняя мудрость, если украинский и английский политики не упоминают Россию больше 5 минут – скорее всего, они умерли». Делая акцент на этом аспекте встречи двух политиков, ведущий категоризирует ее как попытку создания чего-то вроде «вражеской коалиции», вследствие чего происходит соотнесение персоналий с группой «чужих». Высмеивая озабоченность В.Зеленского и Б.Джонсона поисками «русского следа» во внутривнутриполитических проблемах зарубежных стран, Т.Кеосаян пытается защитить россиян и поддержать образ России как жертвы международного угнетения.

Таким образом, программа Т.Кеосаяна «Международная пилорама», направленная на обозрение мировых событий, зачастую обращается к характеристике персоналий-участников события, тем самым подменяя основной предмет речи. частотной персоналией для положительной стереотипизации в программе «Международная пилорама» является В.Путин. В настоящем исследовании доказана репрезентация образа президента Российской Федерации за счет дискредитации зарубежных политиков и попыток навязать аудитории представление о российском лидере как о «начальнике» не только в отечестве, но и на мировой арене. Следовательно, сатира, созданная благодаря стереотипизации, не выявляет противоречия действительности, но создает и поддерживает положительный имидж российских политиков.

### **Литература и источники**

1. Липпман У. Общественное мнение М: Наука, 2003. 382 с.
2. Орлова, О. Г. Дискурсивная теория стереотипа : автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19 / Орлова Олеся Геннадьевна. – Кемерово, 2013. – 32 с.
3. Чеснокова Л. В. Стереотипы в межкультурной коммуникации // Концепт. 2015. № 04. URL: <http://e-koncept.ru/2015/15107.htm> (Дата обращения 12.10.2020).
4. Чепкасов А. В. Образ – имидж – стереотип региона (к определению понятий) // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2016. Т. 15, № 6. С. 83-92.
5. Русских, Л. В., Фомина С. В. Формирование политических стереотипов в СМИ // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. 2015. № 1. С. 116-117.
6. Щекотихина, И. Н. Стереотип: аспекты и перспективы // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. 2008. № 5(19). С. 69-80.

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

**УДК 070**

### **АВТОРСКИЙ КОНТЕНТ В ЖУРНАЛИСТИКЕ НА ПРИМЕРЕ ТЕКСТОВ МАРИНЫ АХМЕДОВОЙ**

*Терешкин Д.С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[dimafuzov@mail.ru](mailto:dimafuzov@mail.ru)

Статья посвящена исследованию авторского контента в журналистике на примере текстов М. Ахмедовой.

**Ключевые слова:** авторская журналистика, авторский контент, интерактивность, текст, автор.

### **AUTHOR'S CONTENT IN JOURNALISM ON THE EXAMPLE OF MARINA AKHMEDOVA'S TEXTS**

*Tereshkin D. S.*

The article is devoted to the study of the author's content in journalism on the example of the texts of M. Akhmedova.

**Keywords:** author's journalism, author's content, interactivity, text, author.

11. Интерактивность – это важнейший признак современной системы СМИ. В большей степени это касается интернет-СМИ. Повестки дня Интернет-изданий актуализируются. Информация обновляется с помощью аутсорсинга (переноса СМИ на другие площадки), разной подачи инфоповода (в каждой разработке свои интерактивные ресурсы для удобства), происходит двустороннее взаимодействие с аудиторией (пользователи распространяют, лайкают, комментируют, задают вопросы). Причинами выбора того или иного контента является интерес к произошедшему событию и автор текста. Что же движет нами при выборе новости конкретного корреспондента?

Один из терминов, появившийся в журналистике в свете развития интернет-форм и нуждающийся в точном определении, является словосочетание «авторская журналистика». В первую очередь, необходимо провести границы между понятиями «авторская журналистика» и «персональная журналистика». Персональная журналистика — это явление, характерное для массовой коммуникации XVIII века, когда основатель и руководитель издания был главным, а порой и единственным автором, он же занимался типографским делом и распространением [9].

Нельзя сказать, что авторское начало в настоящее время не представлено. И хотя, например, в телевизионной журналистике выход продукта никак не возможен без коллектива, работа всей редакции может быть направлена на воплощение идеи отдельного журналиста. В случае, когда в произведении доминирует авторское начало, открытость и независимость, можно говорить об авторской журналистике.

Характеристики авторской журналистики следующие:

- 1) Идея (кто аудитория, какую мысль журналист хочет донести);
- 2) Логика (смысл текста, использование фактической информация);
- 3) Язык (стиль текста, средства художественной выразительности);
- 4) Структура (построение абзацев, логика изложения, общий вид конечного материала).

Так как авторскую журналистику определяет выведение на первый план личности автора-создателя текста и его позиции (идея), то можно сделать вывод, что это «журналистика мнения». Аудитория воспринимает материал в первую очередь как авторский, выражающий точку зрения конкретного журналиста.

Виктория Викторовна Коломина предлагает понимать под авторской интернет-журналистикой такую форму деятельности, где:

- 1) журналист является создателем и администратором Интернет-проекта, а также занимается наполнением его контента;
- 2) журналист, являясь членом редакционного коллектива Интернет-ресурса, ведет авторский раздел, входящий в структуру данного сайта [4].

Мы рассмотрели некоторые публикации Марины Ахмедовой – специального корреспондента и заместителя главного редактора журнала «Русский Репортер». Начнём с её материала «Шуба из тапка» [2]. Обратим внимание в первую очередь на фотографию. Журналист внимательно смотрит на читателя и стоит в позе «простого скрещения рук», что говорит о готовности защиты своих позиций. Такие изображения нужны для вовлечения читателя в текст.

В чём же идея текста «Шуба из тапка»? Может показаться, что дело в проблеме домашнего насилия или феминизме, но, если вчитываться внимательно, всё встаёт на свои места. Автор хочет показать, что мнений много. Начало открывает диалог с «интеллектуально развитым мужчиной», который рассуждает на тему страшной шубы, которую может надеть только женщина. Потом журналист приводит цитату Любовь

Толкалиной: «домогательство – это прекрасно». Рядом высказывание вице-спикера Яровой, отстаивающей женские привилегии.

Автор выражает свою мысль, что «...кажется, мы играем кем-то сверху навязанную роль». Идея в том, что читателям транслируют тот выгодный контент, который будет им интересен, вовлекая в бессмысленную насыщенность, создавая информационный шум, нежели пользу.

В этом и логика построения текста. Показаны разные мнения, страхи, позиции, разговор редакции «Русского репортёра»: из всего калейдоскопа создаётся наше личное мнение при первом ознакомлении. Корреспондент построила текст специально, намекая на суть между строк и всё для того, чтобы внимательные читатели поняли, этот текст – проверка на информационный шум.

В самом начале, разбирая язык материала, есть небольшая подсказка (и отражение оценки автора), что этот текст ничто иное как эксперимент над читателем. Фраза «интеллектуально развитый мужчина» не кажется ли вам странной? Так называют людей, кто вовсе не владеет таким качеством. Это шуточное выражение для личности неразумной, глупой, саркастической. Также, в контексте фраза «я сочувствую мужчинам» показывает отрешенность автора от рассуждений. Она искусственно делит мнения на два лагеря, но в тексте их мы видим каждый раз всё больше. Марина Ахмедова подчеркивает идею, которую мы обозначали в самом начале «...кажется, мы играем кем-то сверху навязанную роль».

Вся структура, от фотографии до конечного авторского мнения, даёт внимательным читателям понять, что дело не в одной мысли, а в их количестве. Где факты, документы, подтверждающие насилие того или иного человека? Проблемы по факту нет, но автор строит текст так, что мы её создаём сами у себя в голове. Этот авторский материал: проект, прошедший через призму автора, показавший нам объективно то, что надо думать своей головой, а не слепо пользоваться чужим рассуждением автора.

Рассмотрим менее удачный авторский текст под названием «Успеть сказать» [1]. Неизвестный студент и Марина Ахмедова ведут дискуссию на тему «кто быстрее и точнее: журналист или блогер?». Решения спора в материале нет, каждый остался при своём мнении. Концовка такова, что студент пришёл дальше слушать корреспондента, а сама Марина продолжила заниматься своими поставленными задачами. Из такого спора не появится истина, нужны исследования и доказательства.

Да, там присутствует логика, и она у обоих своя: «журналисты не успевают за информационными поводами» против «мы по-прежнему пишем реальные истории, которые останутся в вас и с вами», но это всё не доказывает в реалиях «кто лучше»? Приводимые аргументы против и за подходят и для блогеров и для журналистов. Получился текст, где всё написано для повествования события.

Обратим внимание на язык повествования и структуру текста. Автор создаёт динамику повествование. Использует такие слова как «самозабвенно», «парировала», «вскричал студент». Диалог украшается прилагательными и деталями для того, чтобы читателю было интересно изучать материал. Почему предыдущий текст лучше? По моему мнению, мысль в первом подана более структурировано, здесь же нам оставляют «продолжение следует...» и без намёков не совсем понятно: мы невнимательно поняли автора или она просто хотела показать событие и ситуацию без какой-либо морали? Впечатления незаконченности и опять каждый остаётся при своём мнении.

Таким образом, мы разобрали связующее звено в системе интерактивности - авторский контент в журналистике. В современном мире у каждого своя призма видения события и сколько людей – столько и мнений. В этой ситуации задача автора – дать возможность читателю рассуждать, сравнивать мнения, исключить информационный шум, фейки, отбирать, сравнивать контент с другими источниками информации.

## Литература и источники

1. Ахмедова М. М. Успеть сказать. URL: [https://expert.ru/russian\\_reporter/2018/20/uspets-skazat/](https://expert.ru/russian_reporter/2018/20/uspets-skazat/)
2. Ахмедова М. М. Шуба из тапка. URL: [https://expert.ru/russian\\_reporter/2017/21/shuba-iz-tapka/](https://expert.ru/russian_reporter/2017/21/shuba-iz-tapka/)
3. Калмыков А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ. Научное издание — Москва. 2009. URL: <http://www.evartist.narod.ru/text19/159.htm>
4. Коломина В. В. Современные тенденции развития авторской журналистики в контексте интернет-пространства. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-razvitiya-avtorskoy-zhurnalistiki-v-kontekste-internet-prostranstva>
5. Кунаева Л.И., Кузовлев А.М., Чигирев Р.Ю., Волков А.В. Новые медиа как реализация информационно-коммуникационных технологий в сети Интернет // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2013. №3. – 179 с.
6. Кустарёв А. Конкуренция и конфликт в журналистике / Pro et contra. 2000. № 4. – 17 с.
7. Лазутина Г. В., Распопова С. С. Жанры журналистского творчества: Учеб. пособие для студентов вузов / Г. В. Лазутина, С. С. Распопова. — М.: Аспект Пресс. 2011. – 320 с.
8. Лазутина Г.В, Распопова С.С. Научная статья «Интерактивная журналистика как особая жанровая группа». 2014. – 114-133 с.
9. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению и специальности «Журналистика» / Е.П. Прохоров. 5-е изд., испр. и доп. М.: Аспект Пресс, 2003. – 32 с.
10. Kolodzy J. Convergence Journalism: Writing and Reporting Across the News Media, Google Books. 2006. 288 p.
11. Эксперт. URL: <https://expert.ru>

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Чепкасов А.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

**УДК 81**

## **ПОЛИФОНИЯ ЖАНРОВ КАК ОСНОВА АВТОРСКОГО ИНТЕРНЕТ-ПРОЕКТА (НА ПРИМЕРЕ ПРОЕКТА «РЕДАКЦИЯ» АЛЕКСЕЯ ПИВОВАРОВА)**

**Яровенко В. В.**

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[vika\\_yarovenko1@mail.ru](mailto:vika_yarovenko1@mail.ru)

В статье рассматривается процесс полифонии жанров в современной медиасистеме на примере проекта «Редакция», основанного Алексеем Пивоваровым. Актуальность научной работы обусловлена масштабными трансформационными процессами, активно развивающимися в рамках жанровой основы современной медиасистемы. Вследствие этого появилась необходимость описать новые жанры, а также определить объем жанровых изменений в СМИ. В работе представлен анализ выпусков рубрики «Редакция. New» по таким элементам журналистского материала, как информационный повод, композиция, визуальные элементы и языковые особенности. Данное исследование направлено на выявление жанровых изменений в условиях медиаконвергенции.

**Ключевые слова:** Медиасистема, жанр, выпуск, визуальные элементы, «Редакция», Алексей Пивоваров.

# THE POLYPHONY OF GENRES AS THE BASIS OF THE AUTHOR'S INTERNET PROJECT (ON THE EXAMPLE OF THE PROJECT "EDITORIAL OFFICE" BY ALEXEY PIVOVAROV)

*Yarovenko V. V.*

Kemerovo State University

The article examines the process of genre polyphony in the modern media system on the example of the project "Editorial Office", founded by Alexey Pivovarov. The relevance of the scientific work is due to large-scale transformational processes that are actively developing within the genre basis of the modern media system. As a result, it became necessary to describe new genres, as well as to determine the scope of genre changes in the media. The paper presents an analysis of the issues of the category " Editorial Office. New" on such elements of journalistic material as an informational occasion, composition, visual elements and language features. This study is aimed at identifying genre changes in the context of media convergence.

**Key words:** Media system, genre, issue, visual elements, "Editorial Office", Alexey Pivovarov.

В современном мире происходят кардинальные изменения жанровой медиасистемы. Л. Е. Кройчик утверждает, что «вместе со старой системой организации СМИ рухнула и прежняя классификация жанров» [1, с. 130]. Классическая типология жанров журналистики трансформируется в связи с появлением новых медийных платформ и перехода на них большинства СМИ.

Одним из примеров российских журналистов, перешедших из телевизионной сферы на YouTube, является Алексей Владимирович Пивоваров, основатель авторского проекта «Редакция». Канал специализируется на политических, социально значимых событиях, освещая актуальные темы и проблемы. Контент четко распределен на плейлисты (рубрики): «Редакция. News» (новости недели), «Редакция. Полный формат», «Редакция. Спецрепы» (спецвыпуски).

В данном исследовании рассматривалось 25 выпусков рубрики «Редакция. New», вышедших с сентября 2020 г. по март 2021 г.

Анализ выпусков показал, что Алексей Пивоваров освещает социально значимые новости, которые находятся в центре внимания информационной повестки недели. Основу каждого выпуска составляют новости из раздела политики и общественной жизни, в меньшей степени уделяется внимание событиям культуры, науки, просвещения. Пример событий из разделов: политическая сфера (ликвидация партии «Народ против коррупции», В. Путин поручил проработать вопрос о создании суда по правам человека); общественная жизнь (заккрытие zoom safe в Петербурге, запуск мобильного приложения «Стопкоронавирус»); сфера науки (вакцину «Спутник V» назвали крупнейшим научным прорывом).

Изучение материала позволило выявить особенности рубрики: в кадре находится один герой – ведущий Алексей Пивоваров, речь которого иллюстрируется набором визуальных элементов; несмотря на то, что традиционный формат телевизионных новостей трансформирован под влиянием YouTube-площадки, съемка статичным кадром и одним планом сохранена.

Выпуски «Редакции. New» строятся по определенному алгоритму, в основе которого лежит кольцевая композиция: начало — приветствие и заставка с музыкальным сопровождением, окончание — заключительные слова ведущего и музыкальное сопровождение. Поскольку анализируемые видео объединены в одну рубрику, их композиционное строение одинаковое.

Обращает на себя внимание тот факт, что определенный набор визуальных элементов применяется в каждом выпуске рубрики «Редакция. New». В этот набор входят такие элементы, как текст, иллюстрация, цитата, скриншот, фотография,

компиляция постов из социальных сетей, гифка, анимированный ролик, скринкаст, видеофрагмент, аудиофрагмент, коллаж. В зависимости от цели повествования, к данному списку могут быть добавлены ряд других визуальных элементов: круговая диаграмма, столбиковая диаграмма, опрос, организационная схема, таблица и т.д., [2].

Многообразие использования визуальных элементов делает наполнение выпуска более красочным и придает ему динамичности. Определенные элементы (скриншоты, видеофрагменты, аудиофрагменты и т.п.) позволяют усилить достоверность излагаемых фактов. Часто именно с помощью иллюстративного ряда достигается эффект комизма, а благодаря списку, диаграммам и большому объему информации лучше воспринимается и систематизируется.

Образная речь А. Пивоварова придает его образу уникальность и узнаваемость. Использование различных средств выразительности создает динамику в повествовании и усиливает интерес аудитории. Нередко высказывания ведущего выражают индивидуально-авторскую оценку события. Например: *«На втором месте подводная сейсмическая активность, из-за которой в воду попали ядовитые выбросы ... Красивая версия, не поспорю: природа губит природу, чужой против хищника. **Есть, правда, неувязочка:** директор камчатского филиала единой геофизической службы академии наук Данила Чебров сказал, что на траверсе Авачинского залива, да и вообще Камчатского полуострова, нет подводных вулканов. Упс...»*, 11.10.2020 г. Или: *«День знаний прошел в **крипи-формате** с кучей ограничений»*, 06.09.2020 г., крипи-формат – от англ. сгееру – жуткий. Такое обращение с языковым каноном стирает границы между аналитическими и художественными жанрами.

Алексей Пивоваров при создании медиапродукта берет за основу традиционные информационные и аналитические жанры и преобразует их с помощью визуальных и элементов, используя образный язык и адаптируя информацию под предпочтения YouTube-аудитории. Готовый продукт сложно отнести к определенному жанру, поскольку выявлены сущностные характеристики, свойственные целому ряду жанров. Информационное сообщение, репортаж, сатирический комментарий, обозрение — те жанры, элементы которых составляют жанровую полифонию как основу авторского проекта.

Отсюда следует, что устоявшаяся система жанров на сегодняшний день не является актуальной по причине возникновения новых площадок для реализации журналистской деятельности, медиаконвергенции и изменения интересов аудитории. В связи с этим происходит процесс полифонии жанров, который проявляется под влиянием интернет-платформ, оказываемым на традиционные жанры.

#### Литература и источники

1. Кройчик, Л. Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста: учебник / Кройчик Л.Е., Виноградова С.М., Лазутина Г.В., Лозовский Б.Н., Мисонжников Б.Я., Михайлов С.А., Орлова Т.Д. — СПб: Знание, СПбИВЭСЭП, 2000. — 125-167 с.
2. Силантьева, О. А. 92 мультимедийных формата: книга / О.А. Силантьева. — Екатеринбург: Издательские решения, 2018. 115 с.
3. Баранова, Е.А. Медиаконвергенция как системообразующий фактор трансформации института СМИ: автореф. ... дис. д-ра филол. наук: 10.01.10 / Баранова Екатерина Андреевна. — Москва, 2018.
4. Тertyчный, А. А. Жанры периодической печати: учебное пособие / А. А. Тertyчный. — М.: Аспект Пресс, 2000. — 158 с.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Инешина С. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

УДК 81`25

## АНАЛИЗ КОМБИНИРОВАННОГО ПРИМЕНЕНИЯ СТРАТЕГИЙ СИНХРОННОГО ПЕРЕВОДА ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИЙ (НА МАТЕРИАЛЕ СОВМЕСТНОЙ ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИИ ДОНАЛЬДА ТРАМПА И ВЛАДИМИРА ПУТИНА 2018 ГОДА)

*Алшанов Р. К.*

Казахский Университет Международных Отношений и Мировых Языков им. Абылай хана

ruslan-alshanov@mail.ru

В статье рассматриваются стратегии синхронного перевода политических пресс-конференций в аспекте их комбинированного применения. Материалом для анализа послужили стенограммы выступлений Дональда Трампа и Владимира Путина на совместной пресс-конференции в 2018 году, а также тексты синхронного перевода их выступлений. В ходе изучения исходного материала выявлялись комбинации наиболее распространённых стратегий синхронного перевода. Объектом анализа стали только попарные комбинации стратегий, хотя в тексте перевода наблюдались также единичные случаи комбинирования трех и более стратегий. После выявления попарных комбинаций был проведён их качественный и количественный анализ, в результате которого стало очевидно, что существуют принципы, закономерности и условия, от которых зависит то, в какой комбинации те или иные стратегии применяются в процессе синхронного перевода. Некоторые стратегии образуют удачные комбинации, тогда как сочетания других стратегий не наблюдается.

**Ключевые слова:** синхронный перевод, стратегии синхронного перевода, комбинированное применение, потенциал сочетаемости, политическая пресс-конференция.

## ANALYSIS OF THE COMBINED APPLICATION OF SIMULTANEOUS INTERPRETING STRATEGIES IN POLITICAL PRESS CONFERENCES (ON THE MATERIAL OF THE JOINT PRESS CONFERENCE OF DONALD TRUMP AND VLADIMIR PUTIN 2018)

*Alshanov R. K.*

Kazakh Abylai Khan University of International Relations and World Languages

The article discusses simultaneous interpreting strategies of political press conferences in terms of their combined application. The material for the analysis included the transcripts of Donald Trump and Vladimir Putin's speeches at the joint press conference (2018), as well as the texts of the simultaneous interpreting of their speeches. In the course of studying the source material, the most common simultaneous interpretation strategies combinations were identified. The object of the analysis was the pairwise application of strategies only, although the isolated cases of combining 3 or more strategies were observed. After identifying pairwise combinations, their qualitative and quantitative analysis was carried out, as a result of which it became obvious that there are principles, patterns and conditions which offer the opportunities to combine certain strategies during simultaneous interpretation. Some strategies form successful combinations, while other strategies do not combine.

**Key words:** simultaneous interpreting, simultaneous interpreting strategies, combined application, combinability potential, political press conference.

Исходя из наблюдений В. Г. Чернова, В. М. Илюхина и многих практикующих переводчиков, стратегии синхронного перевода не применяются изолированно друг от друга. Хотя эти стратегии и имеют значительные отличия друг от друга по своей природе и охвату, они могут отлично сочетаться друг с другом или же применение одной стратегии может служить условием для применения другой. Кроме того, в некоторых случаях переводчик может комбинировать две и более стратегии одновременно. Применение определенных стратегий зависит от особенностей как языка перевода, так и исходного языка. Для того, чтобы подтвердить эти наблюдения, мы проанализировали выбранную политическую пресс-конференцию, на которой применялся синхронный перевод, и выявили все комбинации переводческих стратегий.

Объектом анализа стали 8 наиболее распространённых среди синхронистов стратегий, которые включают: стратегию проб и ошибок, стратегию ожидания, стратегию столлинга, стратегию линейности, стратегию вероятностного прогнозирования, стратегию знакового перевода, стратегию компрессии и стратегию декомпрессии [1, с. 112], [2, с., 3]. Частотность применения данных стратегий в анализируемых текстах перевода представлена в таблицах, в которых названию каждой из стратегий соответствует своя аббревиатура.

Рассмотрим примеры комбинирования стратегий, которые были выявлены при анализе фактического материала и опишем условия или причины их применения.

«**Это** - продление действия Договора о стратегических наступательных вооружениях, опасная ситуация вокруг развития элементов глобальной системы американской противоракетной обороны, выполнение **Договора о ликвидации ракет средней и меньшей дальности** и тематика размещения оружия в космосе» [3] - «**This includes** the extension of the strategic offensive arms limitation treaty. **It's** a dangerous situation with the global American and missile defense system. **It's** the implementation issue with the **INF treaty**. **And of course**, the agenda of **nonplacement** of weapons in space» [4].

В данном отрывке присутствуют комбинации стратегий линейности и декомпрессии, а также вероятностного прогнозирования и компрессии. Переводчик осуществляет стратегию линейности, фрагментируя слишком большое предложение. По-видимому, он руководствуется тем, что для англоязычного политического дискурса не свойственны слишком длинные предложения. Стратегия линейности в данном случае комбинируется с декомпрессией, поскольку на языке перевода звучат дополнительные местоимения и предикаты. Кроме того, переводчик быстро выявил и спрогнозировал дословное содержание названия договора (Договор о ликвидации ракет средней и меньшей дальности). До того, как президент закончил произносить это название, переводчик применил общепринятую в английском политическом дискурсе аббревиатуру названия данного договора, осуществив тем самым комбинацию механизмов вероятностного прогнозирования и компрессии.

Рассмотрим ещё один отрывок, в котором обнаружилось стратегии столлинга и декомпрессии:

««Холодная война» давно закончилась, эпоха острого идеологического противостояния двух стран **ушла далеко в прошлое**, обстановка в мире кардинально изменилась» [3] - «The Cold War is a thing of past. The era of acute ideological confrontation of the two countries is **a thing of remote past, is a visage of the past**. The situation of the world changed dramatically» [4].

В переводе произошло дублирование синтаксической структуры предложения с последующим нахождением более удачного варианта во избежание тавтологии.

На основе проанализированных попарных комбинаций стратегий синхронного перевода приведём статистические данные, учитывая языковые пары и структурные части пресс-конференций.

Русско-английский (верхняя правая часть таблицы) и англо-русский (нижняя левая часть таблицы) синхронный перевод основных докладов

	СПО	СО	СС	СЛ	СВП	СЗП	СК	СД
СПО	-	0	1	0	0	0	0	1
СО	0	-	0	0	0	0	0	0
СС	0	0	-	2	0	0	0	1
СЛ	1	0	0	-	1	0	11	6
СВП	0	0	0	0	-	0	3	4
СЗП	0	0	0	0	0	-	0	0
СК	2	0	0	3	1	0	-	0
СД	0	0	0	4	1	0	0	-

Русско-английский (верхняя правая часть таблицы) и англо-русский (нижняя левая часть таблицы) синхронный перевод сессии вопросов и ответов

	СПО	СО	СС	СЛ	СВП	СЗП	СК	СД
СПО	-	0	0	1	1	0	0	3
СО	0	-	0	0	0	0	0	1
СС	0	0	-	0	0	0	0	1
СЛ	1	0	0	-	0	0	2	8
СВП	0	0	0	0	-	0	4	2
СЗП	0	0	0	0	0	-	0	0
СК	0	0	1	13	0	0	-	0
СД	0	0	0	1	2	0	0	-

Общее количество комбинаций

	СПО	СО	СС	СЛ	СВП	СЗП	СК	СД
СПО	-	0	1	3	1	0	2	4
СО	-	-	0	0	0	0	0	1
СС	-	-	-	2	0	0	1	2
СЛ	-	-	-	-	1	0	29	19
СВП	-	-	-	-	-	0	8	9
СЗП	-	-	-	-	-	-	0	0
СК	-	-	-	-	-	-	-	0
СД	-	-	-	-	-	-	-	-

В результате проведения анализа текстов речей оригинала и перевода на предмет выявления комбинаций стратегий синхронного перевода методом сплошной выборки выявлено, что переводчики пользуются всеми стратегиями. Особенно, данная тенденция хорошо прослеживается на примере группы стратегий, связанных со статическими факторами (СК, СД).

В условиях пресс-конференции переводчики в ходе работы обычно располагают текстом докладов. Поэтому во время официальной речи от лица обоих президентов переводчики относительно редко использовали стратегии проб и ошибок, стратегию знакового перевода, столлинга. Во время ответов и вопросов эти стратегии применялись наряду с остальными.

Согласно показаниям в таблице, стратегии компрессии и декомпрессии продемонстрировали почти одинаковые показатели сочетаемости с небольшим перевесом в сторону компрессии. Довольно часто компрессия применялась во время перевода официального выступления В. Путина на английский язык и при переводе

Трампа во время ответов на вопросы, особенно когда скорость его речи заметно возросла. Таким образом, подтверждается тот факт, что стратегии, обусловленные фактором времени, приводят к успешным комбинациям со стратегиями компрессии и декомпрессии. При переводе на русский стратегия декомпрессии применялась чаще, чем при переводе на английский. При этом в большинстве случаев переводчик применял её, когда для развёртывания информации не было видимых причин. Возможно, переводчик таким образом хотел убедиться в том, что информативность и адекватность его перевода носила исчерпывающий характер.

Согласно результатам, приведённым в таблицах, стратегии знакового перевода, стратегия проб и ошибок и стратегия ожидания обладают наихудшим потенциалом комбинирования. Это подтверждает то наблюдение, что синхронисты прибегают к применению данных стратегий только в случае крайней необходимости. При этом следует заметить, что стратегия ожидания является одной из важнейших стратегий синхронного перевода, поскольку даже когда оратор начинает своё выступление, переводчик выжидает некоторое время перед тем, как начать свой перевод, чтобы понять, о чём идёт речь.

Что касается стратегии вероятностного прогнозирования – она довольно успешно комбинируется с другими стратегиями. Вероятностное прогнозирование является ключевым механизмом синхронного перевода. Правильный прогноз, выполненный синхронистом, позволяет сознательно прибегнуть к применению той или иной стратегии. Особенно часто наблюдаются комбинации с компрессией и декомпрессией.

Стратегия столлинга дала невысокие показатели потенциала к комбинированию. Хотя данная стратегия и предназначена для того, чтобы переводчик мог выиграть больше времени и заполнить паузу во время своего размышления, повторяя уже известную информацию или воспользовавшись фоновыми знаниями, связанными с данной пресс-конференцией и дискурсом, синхронисты не испытывали трудностей в понимании или интерпретации получаемой в ходе выступлений информации и нечасто прибегали к применению данной стратегии, особенно в комбинации с другими стратегиями.

Стратегия линейности демонстрирует очень высокие показатели потенциала к комбинированию с другими стратегиями, особенно со стратегиями компрессии, декомпрессии, ожидания, столлинга. Это связано с тем, что для качественного и адекватного перевода не всегда достаточно одного лишь упрощения структуры предложения. Стратегия линейности – одна из самых частотных переводческих стратегий наравне со стратегией компрессии при переводе с русского на английский. Данная стратегия применяется намного чаще, чем при переводе с английского на русский. Это связано с тем, что синтаксическая структура предложения в русском языке допускает относительно свободный порядок слов, что упрощает работу переводчика при формулировании высказываний и членении грамматически сложного предложения на более простые.

**Заключение.** Таким образом, в рамках данного исследования были подсчитаны и проанализированы комбинации стратегий синхронного перевода для обеих языковых пар на основании частоты применения каждой стратегии. Самый высокий коэффициент сочетаемости – у стратегии линейности. Стратегия ожидания и стратегия столлинга показали одинаковые результаты, что говорит о том, что эти стратегии равнозначны по эффективности. Стратегии компрессии и декомпрессии тоже показали одинаковые результаты. Самые низкие показатели показали стратегии знакового перевода и стратегии проб и ошибок. Это говорит о том, что данные стратегии очень редко образуют комбинации с другими стратегиями и применяются только в крайнем случае.

#### **Литература и источники**

1. Чернов Г.В. Основы синхронного перевода. Учебник для институтов и факультетов ин.яз. -М., Высш.шк., 1987 -257 с.

2. Ширяев А.Ф. Синхронный перевод с французского языка (исследование некоторых аспектов синхронности в связи с особенностями функционирования ИЯ): Автореф. Диссертации на соискание степени к.ф.н. -М., 1973 -24 с.
3. <http://kremlin.ru/events/president/news/58017> (Дата обращения - 28.09.2020)
4. <https://www.politico.com/story/2018/07/16/full-text-trump-putin-meeting-transcript-724369> (Дата обращения - 28.09.2020)

*Научные руководители – д-р филол. н., проф. Жаналина Л. К., КазУМОиМЯ им. Абылай хана; д-р филол. н., проф. Мельник Н. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

УДК 140.8 (470+571)”19”

**ПРОПОЗИЦИОНАЛЬНО-ФРЕЙМОВОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ РЕЧЕВОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДЕТЕЙ ШЕСТИЛЕТНЕГО ВОЗРАСТА  
(на материале свободного ассоциативного эксперимента)**

*Белякова Л. А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[belyakova\\_kedr@mail.ru](mailto:belyakova_kedr@mail.ru)

В статье апробируется идея возможного рассмотрения пропозиционально-фреймового моделирования как эффективного инструмента описания языкового мировидения шестилетних детей. Представляются результаты свободного ассоциативного эксперимента со словами-стимулами «друг», «человек». Обнаруживается, что пропозициональные структуры знаний в языковом сознании детей шестилетнего возраста уже сложились. Наполнение пропозиций лексическими единицами зависит от конкретной личности ребёнка. Явно прослеживаются принципы естественной категоризации, когда ребёнок классифицирует предметы, согласно их роли и прагматическому значению в их жизни.

**Ключевые слова:** фрейм, пропозиция, дискурс, когнитивная лингвистика, онтолингвистика, категоризация.

**PROPOSITIONAL AND FRAME MODELING OF DISCOURSE  
BY 6-YEAR-OLD CHILDREN  
(BASED ON THE DATA OF FREE ASSOCIATIVE EXPERIMENT)**

*Belyakova L. A.*

Kemerovo State University

The article tests the idea of a possible consideration of propositional-frame modeling as an effective tool for describing the linguistic worldview of six-year-olds. The results of a free associative experiment with the words-stimuli "friend", "person" are presented. It is found that the propositional structures of knowledge in the language consciousness of children of six years of age have already developed. The content of propositions with lexical units depends on the specific personality of the child. The principles of natural categorization are clearly traced, when children classify objects according to their role and pragmatic significance in their lives.

**Key words:** frame, proposition, discourse, cognitive linguistics, ontolinguistics, categorization process.

Одной из актуальных проблем, стоящих перед современной лингвистикой, является проблема соотношения мысли и языка, постановка которой стала возможна со сменой общенаучной парадигмы в 60 – 70-е годы прошлого столетия. Когнитивный переворот

в науке позволил пробудить интерес к механизмам порождения и восприятия речи. Исследования Дж. Миллера, Н. Хомского, Ф. Джонсона – Лэрда, Ч. Филлмора, У. Чейфа и русских психологов Л. С. Выготского и А. Р. Лурии послужили базой для развития когнитивной лингвистики, в сферу которой «входят «ментальные» основы понимания и продуцирования речи, при которых языковое знание участвует в переработке информации. Результаты исследований в области когнитивной лингвистики дают ключ к раскрытию механизмов человеческой когниции в целом, особенно механизмов категоризации и концептуализации» [1, с. 53].

В рамках когнитивной лингвистики активно развивается когнитивно-дискурсивное направление. Значимым стал дискурсивный анализ предикативно-смысловой соотносительности слов, выявляется роль такой минимальной структуры знаний, как пропозиция, актуализирующейся во фреймах. «Фрейм», «перформанс», «интеракция» - термины теоретической социологии и в широком смысле обозначают круг понятий, связанных со структурированием реальности. Именно фреймы, по мнению И. Гофмана, структурируют восприятие социального мира, на основе чего и становится возможным взаимодействие, связанное с пониманием. Понятия, близкие понятию фрейма, существуют в науке. Данное понятие фрейма близко понятию ментальной схемы – антиципирующей реакции индивида на определённую ситуацию, введённому Ф. Бартлеттом и понятию фреймовой семантики, принадлежащему Ч. Филлмору, которое позволяет выявить смысл лексических выражений, указывая на типичные ситуации словоупотребления [2, с. 43].

Одним из важнейших вопросов, оказавшихся в центре внимания западных исследователей, оказался вопрос освоения ребенком родного языка – First Language Acquisition. Д. Мак-Нейлу принадлежит известное высказывание о том, что освоение ребенком языка является настоящим чудом, происходящим на каждом шагу и со всеми, вследствие чего мы его и не замечаем. Начиная с 60-х гг. прошлого столетия интерес к изучению детской речи возрос и в нашей стране. В России, как и на Западе, онтолингвистика (термин предложен С. Н. Цейтлин) долгое время была частью психолингвистики, но в последние десятилетия новая наука уверенно занимает свою нишу.

Представляется актуальным проанализировать вербальные ассоциации детей 6 лет, используя элементы фреймового анализа, который позволяет вскрыть стереотипные для детского общения отношения, отражающие связи явлений в мире, т. к. фреймовый анализ – один из наиболее перспективных методов изучения значения слова, он акцентирует внимание на том, что «для пользующегося языком человека значение слова реализуется через включение его в некоторую более объёмную единицу – пропозицию, фрейм, схему, сценарий, событие, ментальную модель и т. п.» [3, с. 115].

Фактологическая база исследования. В свободном ассоциативном эксперименте приняли участие 19 детей шести лет, посещающих МДОУ № 36 г. Кемерово. Во второй части эксперимента реципиентам предлагалось ответить на вопрос: «Почему ты ответил именно так?». Ответы на этот вопрос помогут вывести информацию с подсознательного уровня на уровень сознания, что позволит приблизиться к пониманию языковой личности ребёнка, это та «экстралингвистическая информация, поставляемая социальной составляющей языка и связанная с «историей» языковой социализации данной личности, «историей» приобщения её к принятым в данном обществе стереотипам в отношении жизненно важных понятий, идей, представлений, историей их усвоения и присвоения в процессе социализации» [4, с. 45].

Фрейм «друг» у дошкольников вербализуется пропозициями:

S – Сы – «друг» - «друзья» «У меня много друзей. Если один друг, и мы поссоримся и не помиримся, у меня не будет друзей. У меня о-очень много друзей»; «Друг – это один, а друзья - лучше. У меня два друга – Соня и Мария. Соня болеет, я с Марией играю»);

S – S –антонимичные отношения - «друг – недруг, враг, родной, брат» («Враг, он с тобой не играет и другим говорит: «Не играйте, не играйте с ним», «Враг, он обижает,

отбирает всё», «Враг – это тот, с кем ты не хочешь дружить, если взрослые люди, это относится даже к убийствам», «С другом можно поссориться, тогда с ним можно не дружить. Это называется «враг», а если помирился, тогда он снова – «друг». У меня врагов больше, с которыми я не дружу – я же не могу ходить по всему миру и знакомиться», «Друг» - ты с ним в садике дружишь, а «родной» - тот, кто тебя любит»; «Брат – родной, а друг живёт рядом, не в нашем доме, я к нему играть хожу на компьютере»; «Брат – он получше. Он всегда помогает, он отвозит и привозит, учёбу помогает делать. А друг – он просто так»; «Друг – это мальчик, а подружка – это девочка. Я с мальчиками раз только дружила, а вообще с подружками дружу. Мне так что-то нравится»);

S – S – синонимичные отношения - «подруга, подружка, брат, мама», «Мама сказала, чтобы мы были лучшими подружками», «Друг-девочка – будет подружка, мы с ней играем всегда, она что-нибудь дарит. Мы с ней ещё не ссорились»; «У меня брат – друг»;

S – P (действие, направленное на O) «друг – дружу» («Я с другом играю, дружу»);

S – P (действие, выполняемое S) «друг – играет» («Друг играет в шахматы, и я»);

S – P – L – O «друг играл на улице с котом»;

S – P «друг дарит цветы» («Друг, он в гости ходит, цветы дарит, подарки»).

Ядро фрейма составляют пропозиции «друг – друзья» (25%) и «друг – враг» (20%). Для шестилетних дошкольников важно наличие большого количества друзей. Абстрактную лексику ребёнок в этом возрасте употребляет не вполне осмысленно, часто – механически повторяя за взрослым, значение этих слов, как правило, сужено. Абстрактная лексика ещё не стала для дошкольников привычной – жизненный опыт не позволяет этого сделать.

На примере данного фрейма можно проследить процесс категоризации, которая тесно связана с процессами мышления и языком. «В любом языке мира специальными обозначениями выделены главные для него категории, да и наличие подобного наименования является ярким доказательством релевантности и существенности стоящих за ним концептов и реалий» [1, с. 46]». Процессы категоризации лежат в основе познания мира ребёнком. Категоризация – «в узком смысле – подведение явления, объекта, процесса и т.п. под определённую рубрику опыта, категорию, но в широком смысле – процесс образования и выделения самих категорий, членение внешнего и внутреннего мира человека согласно сущностным характеристикам его функционирования и бытия» [1, с. 42]. Сталкиваясь в своей жизни с новым объектом либо пытаясь понять суть известного, ребёнок выделяет интересующий объект из множества других, сравнивает этот объект с другими, выделяет в нём знакомые им, привычные свойства, уже известные в других объектах, таким образом, объединяя их в одну категорию. Когнитивный переворот позволил взглянуть на процесс категоризации с точки зрения повседневной жизни - с позиций когнитивной деятельности человека. Л. фон Витгенштейн доказал, что естественная категоризация, в отличие от научной или логической, предъявляющей единые требования ко всем членам категории, может объединить неравноправные. Новые члены категории повторяют лишь некоторые из характеристик, их объединяет «фамильное сходство». Позже эти идеи были развиты Дж. Лакоффом, что нашло своё отражение в описанном им прототипическом подходе и прототипической семантике. Анализ описываемого фрейма позволяет увидеть, как дети, следуя принципу естественной категоризации, обнаруживают «фамильное сходство», объединяя слова в одну категорию на основе одного гипостазированного признака, чему способствует размытость формально-семантических границ категорий. Прототипы в речи могут меняться в зависимости от ситуации, эмоционального настроения говорящих. Онтолингвисты (Наумова, Серебрякова), изучающие ассоциации детей дошкольного возраста, сходятся во мнении, что основная стратегия у ребёнка этого возраста – противопоставление. Однако опрос, проведённый после ассоциативного эксперимента, выявляет иную тенденцию – дети демонстрируют неоднородные отношения: наряду с противопоставлением, дети ищут общее в этих понятиях,

проводят анализ на доступном им уровне. Категория смысла, смысловой близости или различия связана с понятием внутреннего контекста. Ребёнок, определяя для себя сходство или различие между объектами, опирается на свой жизненный опыт, на ту сумму знаний, которая доступна ему, на определённую ситуацию, что впоследствии и находит своё отражение в его речи. Погружение в различный контекст позволяет рассматривать одни и те же слова то как синонимы, то как антонимы. По мнению А. А. Залевской, трактовка синонимов предполагает использование ситуационного подхода, который связан не только с репрезентацией знаний о мире, но и выявляет специфику ассоциативных связей. Ценность данного подхода в том, что он развивает концепцию значения слова как достояние конкретной языковой личности, позволяет увидеть индивидуальную картину мира, выводя за рамки сугубо языкового знания.

Фрейм «человек» отражает процесс мыслительной деятельности дошкольника – понятие «человек» предполагает ещё более высокий уровень абстрагирования:

S - Сы «человек – люди» («Человек – это один, а люди – это много. Одному скучно», «Много людей в нашем мире. Одному плохо, если, например, дома один человек»)

S - S «человек – нечеловек, животное, лягушка, кошка, собака, зверь, робот, игрушка, космонавт» («Обезьяна – тоже животное, она похожа на человека, только у них есть хвост, а у людей нет, даже ни у кого, животное ест траву, а человек – нет, потому что траву может есть только животное», «Человек и игрушка похожи, игрушки как человек, только сами ходить не умеют, и лицо у них такое же», «Робота можно замаскировать в человека, он будет казаться как человек. Робот может крутиться всяко разное, может даже пушку из руки сделать», «Космонавт – это тоже человек, только он в космосе летает, в ракете. У него скафандр надет, а человек ходит в обычной одежде по улице»);

S - S родовидовые отношения «человек – дядя»;

S - его внутренние качества «человек – умный, сильный, добрый»;

S – P «человек – играет, плавает» («Человеку играть интересно»);

S – P – L «человек сидит на столе».

Ядро этого сложно структурированного фрейма представлено пропозициями: «человек – животное» (25%) и «человек – люди» (15%).

Операция категоризации тесно связана с концептуализацией – процессом поиска смысла. Категоризация возможна при условии применения не всей информации об интересующем нас объекте, а при использовании лишь существенной её части. «Врождённой способностью высокоразвитого организма является не просто сжатие бесконечного многообразия мира, но сжатие с целью упорядочения и нахождения закономерностей» [5, с. 89]. Анализ данного фрейма позволяет проследить, как ребёнок производит такой отбор информации на доступном ему уровне. Отбор информации, вычленение степени её значимости зависит и от возраста человека, и от его индивидуальности, и от его жизненного опыта. Для ребёнка овладение процессом обобщения – важный этап, скачок в интеллектуальном развитии, т.к. именно обобщение позволяет более экономно перерабатывать информацию.

Суммируя всё вышесказанное, можно сделать вывод о том, что пропозициональные структуры знаний в языковом сознании детей шестилетнего возраста уже сложились. Наполнение пропозиций лексическими единицами зависит от конкретной личности ребёнка. Явно прослеживаются принципы естественной категоризации, когда ребёнок классифицирует предметы, согласно их роли и прагматическому значению в их жизни.

### **Литература и источники**

1. Кубрякова, Е. С., Панкрац, Ю. Г. Словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова, Ю. Г. Панкрац. – М.: Наука, 1996. – 178 с.
2. Батыгин, Г. С. Континуум фреймов: социологическая теория Ирвинга Гофмана // Гофман, И. Анализ фреймов. – М., Институт социологии РАН, 2004. – 318 с.
3. Залевская, А. А. Введение в психолингвистику / А. А. Залевская. – М.: Наука, 2007. – 560 с.

4. Караулов, Ю. Н., Сорокин, Ю. А., Тарасов, Ю. Ф. Русский ассоциативный словарь / Ю. Н. Караулов, Ю.С. Сорокин, Ю.Ф. Тарасов. – М.: Наука, 1994. – 219 с.
5. Фрумкина, Р. М. Психоллингвистика / Р. М. Фрумкина. – М.: Наука, 2003. – 316 с.

*Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Рабенко Т.Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

**УДК 81'42**

## **РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ СЕТЕВОГО КОНЦЕПТА «НЕЛЕГИТИМНАЯ ВЛАСТЬ» В ТЕКСТАХ КОММЕНТАРИЕВ НА ВИДЕОХОСТИНГЕ YOUTUBE**

*Девятияров 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](mailto:dimad9@rambler.ru)

*Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-012-00522*

В данной статье в контексте проблемы легитимации власти в сетевом дискурсе изучается репрезентация сетевого концепта «нелегитимная власть» в текстах интернет-комментариев к ролику политической тематики “Ukraine burning” на видеохостинге YouTube. В связи с этим рассматривается термин «легитимность» и его отличие от схожего термина – «легальность». Отмечается, что согласно современной тенденции к медиатизации политики легитимация, как процесс обретения властью легитимности, может помещаться в медиaproстранство и получает название медиалегитимация, в рамках которой отдельно выделяют сетевую легитимацию. Интернет-комментарии, являясь примером наивного политического дискурса, отражают общественное мнение и могут быть использованы как орудие легитимации. Выдвигается предположение о том, что в текстах комментариев вербализуются концепты, формирующие фрагменты языковой картины мира, в том числе, связанные с понятием «легитимность». Поскольку существует большая вероятность того, что не все комментарии написаны реальными пользователями, предлагается использовать термин «сетевой концепт», предполагающий намеренную модификацию его содержания. В текстах комментариев к ролику, посвященному «цветной революции» формируются два варианта концепта «нелегитимная власть», содержание которых изучается через распределение вербализующих их единиц по тематическим группам.

**Ключевые слова:** легитимность, медиалегитимация, сетевая легитимация, сетевой концепт, интернет-комментарии, лингвополитология.

## **REPRESENTATION OF THE NETWORK CONCEPT “ILLEGITIMATE POWER” IN YOUTUBE COMMENTS**

*Devyatiyarov D.V.*

Novosibirsk Military Institute of the National Guard Troops of the Russian Federation

The article deals with the representation of the network concept “illegitimate power” in the comments to the political YouTube video “Ukraine burning” in the context of the problem of power legitimation in the network discourse. Thus we consider the term “legitimacy” and its differences from a similar term – “legality”. It is noted that in accordance with the modern tendency to mediatization of politics legitimation as a process of obtaining legitimacy may be

placed in media environment and is therefore called medialegitimation. Within this type of legitimation network legitimation is singled out. Internet commentaries, being the example of naïve political discourse, reflect public opinion and can be used as a means of legitimation. It is suggested that concepts which form the fragments of a linguistic picture of the world, including those connected to the notion of legitimacy, are verbalized in Internet comments. As there is a high possibility that not all of the comments are left by the real users, it is suggested to use the term network concept which implies the deliberate modification of its content. In the comments to the video dedicated to the “colour revolution” two variants of the concept “illegitimate power” are formed. Their content is studied via distributing the units verbalizing them into thematic groups.

**Key words:** legitimacy, medialegitimation, network legitimation, network concept, Internet comments, linguistic politology.

С давних времен одним из центральных приоритетов всех правителей было обеспечение и поддержание собственной легитимности. Под легитимностью в данной работе мы будем понимать «соответствие политической власти основным ценностям большинства общества и его устремлениям» [1, с. 1]. Из данного определения следует, что нахождение во главе государственного аппарата требует от политической элиты постоянного одобрения со стороны основной части населения страны. Сокращение уровня поддержки текущей государственной власти может привести к кризису её легитимности.

В этой связи целесообразно разграничить два схожих понятия: легальность и легитимность. Ключевое отличие между ними заключается в том, что легальность власти основывается, прежде всего, на её соответствии юридическим нормам государства, в то время, как легитимность опирается на ценностный компонент и доверительное отношение со стороны народа. Таким образом, И. С. Штода отмечает, что в рамках государства может функционировать власть, издающая легализующие её законы, однако, быть при этом нелегитимной в глазах общественности [2].

Отмечается, что невозможно добиться абсолютной легитимности власти, поскольку всегда будет присутствовать оппозиционная составляющая, однако с целью сохранения текущего политического режима необходимо поддерживать её на достаточно высоком уровне [3].

Процесс приобретения государственной властью свойства легитимности называют легитимацией (легитимизацией) [4]. Он уходит корнями в глубокое прошлое и проходит путь от наиболее архаичных форм легитимации, таких как мифологизация и сакрализация власти, до его перехода в медиaprостранство в связи с так называемой медиатизацией политики. Под этим термином следует понимать «процесс, при котором политическая жизнь перемещается в символическое пространство средств массовой информации» [5, с. 29]. Легитимацию, помещенную в медиасреду, называют медиалегитимацией. С. Н. Федорченко выделяет отдельно сетевую легитимацию – «механизм обеспечения легитимности политического режима с помощью специфических сетевых технологий и сетевых коммуникаций» [6, с. 14]. Сетевая легитимация может осуществляться через интернет-ресурсы с политизированным контентом, в числе которых различные блоги, форумы, видеохостинги, социальные сети и другие.

Перечисленные ресурсы, помимо публикации материалов, легитимизирующих ту или иную сторону в рамках политической борьбы, позволяют зарегистрированным пользователям выражать собственное мнение в виде интернет-комментариев. И. В. Савельева отмечает, что тексты интернет-комментариев содержат рефлексии «адресата на информацию, полученную из исходного текста, динамическое видение процессов, протекающих в обществе, формирующее общественное мнение» [7, с. 153]. Являясь примером наивного политического дискурса подобные тексты могут быть объектом исследования обыденной лингвополитологии, направленной на «изучение

особенностей обыденного языкового сознания на материале обыденных политических текстов и фрагментов языковой системы» [8].

Так как в текстах интернет-комментариев находит своё отражение наивная языковая картина мира пользователей ресурсов сети Интернет, мы предполагаем, что в них также вербализуются и концепты, формирующие те её фрагменты, которые связаны с понятием «легитимность». Единого мнения относительно того, что считать концептом не существует, и каждый исследователь вкладывает в это понятие те аспекты, которые способствуют достижению поставленной им задачи. Однако большинство ученых сходятся во мнении, что это некое ментальное образование, вербализуемое в слове, являющееся единицей человеческого опыта, а также обработки, хранения и передачи знаний, социальное по своей природе и имеющее энокультурную специфику [9].

На сегодняшний день основным способом измерения уровня легитимности власти считается опрос общественного мнения, публикация результатов которого может, по сути, являться орудием легитимации [3]. Поскольку интернет-комментарии также являются средством отражения общественного мнения, то, как и опрос, могут быть использованы в целях легитимации власти.

Здесь, однако, необходимо отметить, что порой крайне сложно отличить комментарий, оставленный реальным пользователем и действительно отражающий его точку зрения, от текста, появившегося в результате манипулятивных действий политтехнологов, привлекающих авторов для продвижения политической повестки одной (или нескольких) из противоборствующих сторон. Следовательно, мы делаем предположение о том, что на базе массива текстов интернет-комментариев могут искусственно формироваться концепты, возникающие в результате смешения реальных взглядов пользователей и намеренно внедренной в дискурс повестки. Такие концепты мы предлагаем называть *сетевыми*. В качестве рабочего определения мы будем использовать следующее: сетевой концепт – это единица языкового сознания, вербализованная в сетевом дискурсе и намеренно модифицированная с целью манипулятивного воздействия. Данное определение будет в дальнейшем уточняться и дополняться.

Исследование сетевых концептов, связанных с легитимностью власти, нам представляется логичным начать с контента, посвященного «цветным революциям», поскольку они являются наиболее ярким показателем её кризиса. В качестве такового нами был выбран массив самых ранних комментариев к ролику на видеохостинге YouTube под названием “Ukraine burning” (дата публикации: 20 февраля 2014 г.), который является журналистским репортажем о событиях кризиса на Украине начала 2014 года. Сам ролик и большая часть комментариев к нему являются англоязычными и, соответственно, могут иметь манипулятивное воздействие как на жителей Украины и стран СНГ, владеющих английским языком, так и формировать отношение к «цветным революциям» у граждан других государств.

При первичном анализе 200 наиболее ранних комментариев мы обнаружили тенденцию к тому, что в них параллельно формируются два варианта одного и того же сетевого концепта, которому мы дали название «нелегитимная власть». Первый конструируется сторонниками, а второй – противниками «цветной революции» на Украине.

Концепт «нелегитимная власть» с позиции сторонников «цветной революции» вербализуется словами и словосочетаниями, распределенными нами по следующим основным тематическим группам: **police violence** – 35% (*kill demonstrators, shoot innocent people, beat up students, etc.*), **power to the people** – 23% (*power to the people, shoot back, be afraid of the people, etc.*), **corruption** – 19% (*thief, steal from the country, corrupt government, etc.*), **government change** – 10% (*government change, political change, revolutions are necessary, etc.*), **retrieving freedom** – 10% (*get freedom back, free nation, etc.*).

С позиции противников «цветной революции» сетевой концепт «нелегитимная власть» включает следующие ключевые тематические группы: **Nazi government** – 75%

(*Neo-Nazi, fascist, far right, etc.*), **propaganda** – 13% (propaganda machine, bullshit propaganda, anti-Ukrainian propaganda, etc.), **police duty** – 13% (shoot at the police, power to police, didn't see police violence, etc.).

Таким образом, мы видим, что каждая из противоборствующих сторон пытается делегитимировать властные элиты, поддерживаемые оппонентом, в результате чего возникают вариации одного и того же сетевого концепта. Сторона, поддерживающая «цветные революции», считает, что нелегитимная власть позволяет полиции чрезмерно использовать насилие, коррумпирована и должна вернуть власть и свободу своему народу. Противоположный лагерь определяет нелегитимную власть как ультраправую, националистическую, провоцирующую полицию на противоправные действия, прибегающую к антиправительственной пропаганде.

Дальнейшие исследования в данном направлении включают в себя расширение выборки анализируемых комментариев с целью уточнения содержания сетевых концептов, изучение их динамики (возможности менять компоненты содержания с течением времени), анализ русскоязычных комментариев, а также комментариев к роликам, посвященным «цветным революциям» в других странах.

### Литература и источники

1. Бронзино Л. Ю., Волгин О. С. Легитимность в современном обществе. М : РУДН, 2008. 200 с.
2. Штода И. С. Легализация и легитимация государственной власти // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2011. № 1. С. 228-231.
3. Чимирис Е. С. Объясните людям, почему они должны вам подчиняться, и они это сделают // Российский совет по международным делам: сайт. 2018. URL: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/obyasnite-lyudyam-pochemu-oni-dolzhen-vam-podchinyatsya-i-oni-eto-sdelayut/> (дата обращения: 25.02.21).
4. Чиркин В. Е. Легализация и легитимация государственной власти // Государство и право. 1995. № 8. С. 65-73.
5. Засурский И. И. Масс-медиа Второй республики. М., 1999. 272 с.
6. Федорченко С. Н. Сетевая легитимация политических режимов. М., 2018. 202 с.
7. Савельева И. В. Стратегии восприятия политических текстов авторами комментариев в интернет-среде // Вестник Кемеровского государственного университета. 2013. № 2-2 (54). С. 152-156.
8. Голев Н. Д. Обыденная лингвополитология: проблемы и перспективы // Современная политическая лингвистика. Тезисы Международной научной конференции. Екатеринбург, 2011. С. 66-69.
9. Маслова В. А. Когнитивная лингвистика : учеб. пособие. 2-е изд. Минск : ТетраСистемс, 2005. 254 с.

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

УДК 81'373.612.2

## ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЯ КАК ОТРАЖЕНИЕ МОЛОДЁЖНОГО ЭКСТРЕМИЗМА

*Дикунова К. С.*

Кемеровский государственный университет (Кемерово)

[kssd2010@mail.ru](mailto:kssd2010@mail.ru)

Настоящая статья посвящена описанию особенностей молодежного экстремизма в интернет-коммуникации. Объектом исследования выступает молодёжный экстремизм как социальный феномен. Предметом исследования являются ключевые особенности проявления молодежного экстремизма в интернет-коммуникации. Актуальность работы обусловлена колоссально возросшим в последние годы влиянием сети Интернет на формирование и развитие личности молодого человека. Ввиду того, что целевой аудиторией интернет-сообществ являются преимущественно молодые люди, особенности развития личности, присущие данному возрасту, делают их наиболее подверженными воздействию экстремистской деятельности. В работе рассматриваются этапы формирования экстремистского поведения, особенности распространения молодежного экстремизма в интернет-пространстве. Выделяются специфические признаки функционирования молодёжного экстремизма в социальных сетях: содержательные особенности; характер адресантов и адресатов; характер популярности групп; характер подачи материала; призывы к агрессивным действиям; активная деятельность по привлечению молодых людей в экстремистские сообщества. 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.

**Ключевые слова:** экстремизм, молодёжные интернет-сообщества, интернет-коммуникация, социальные сети

## **INTERNET COMMUNICATION AS A REFLECTION OF YOUTH EXTREMISM**

*Dikunova K.S.*

Kemerovo State University (Kemerovo)

This article is devoted to the description of the features of youth extremism in Internet communication. The object of the research is youth extremism as a social phenomenon. The subject of the research is the key features of the manifestation of youth extremism in Internet communication. The relevance of the work is due to the enormously increased influence of the Internet on the formation and development of a young person's personality in recent years. In view of the fact that the target audience of Internet communities is predominantly young people, the characteristics of personality development inherent in this age make them the most susceptible to the effects of extremist activities. The work examines the stages of the formation of extremist behavior, the features of the spread of youth extremism in the Internet space. The specific features of the functioning of youth extremism in social networks are highlighted: content features; the nature of addressees and addressees; the nature of the popularity of the groups; the nature of the presentation of the material; calls for aggressive action; active work to attract young people to extremist communities. Social networks in general are an area of heightened interest for recruiters and leaders of extremist organizations, and young people, due to the peculiarities of thinking, character and psyche inherent in age, are the most vulnerable link for various strategies and tactics of influence.

**Key words:** extremism, youth Internet communities, Internet communication, social networks

Для современных молодых людей Интернет является идеальной площадкой для налаживания и развития социальных связей. Глобальная Сеть имеет огромное влияние на большое количество сфер жизни людей. В связи с этим информация, передаваемая через интернет, может носить как конструктивный, так и деструктивный характер.

Исследователи отмечают, что интернет-пространство обладает рядом характеристик, благодаря которым экстремистские организации благополучно осуществляют вербовку молодежи в социальных сетях:

1. Наличие достаточно обширной аудитории.

2. Возможность объединяться в группы людям из разных государств либо одной страны.

3. Возможность анонимизации личности в области виртуального пространства.

4. Возможность размещения аудио-, фото- и видеоконтента, публикация информационных материалов, доступных к прочтению и оцениванию для множества пользователей, нахождение в постоянном взаимодействии в режиме «online». [1, с.67-70].

За последние несколько десятилетий молодежный экстремизм нарастал и укреплялся как серьезная общественная проблема, ввиду этого многими учеными была проведена работа, ставящая своей целью понять и объяснить: по какой причине именно молодые люди наиболее подвержены данному явлению. Исследователи считают, что в основе молодежного экстремизма лежит так называемый “этноцентризм”.

Так, А. Козн отмечает, что молодежь и подростки, столкнувшись с недоступностью культурных ценностей общества, стремятся создать субкультуры со своими ценностями, целями и моралью. Молодежные сообщества дифференцируются от других по этническим, религиозным, социальным и другим признакам и могут рассматривать себя как «Мы», а других как «Они» [2, с.79-82].

Молодой человек, примкнув к организации экстремистской направленности, не сразу становится экстремистом. Как правило, у него присутствует ряд проблем социального или психологического характера, которые он старается решить, либо поделиться ими с окружающими. Участие в групповой деятельности меняет его сознание, он впитывает в себя идеологию организации и её ценности и с течением времени становится экстремистом. Это говорит о том, что формирование экстремистского поведения осуществляется поэтапно.

Ученые говорят о существовании трех этапов формирования экстремистского поведения: *причинного, организационного и поведенческого*. На первом, *причинном* этапе, происходит формирование среды. Психологи считают, что данный этап обусловлен ощущением собственной ущербности, обделенности в чем-либо. Второй этап – *организационный*, предполагает участие в организациях и движениях экстремистского толка. Третий этап – *поведенческий*, на котором проявляются конкретные действия и поступки экстремистского толка. Молодые люди, объединенные общей экстремистской идеей, в основе которой лежит чувство социальной обделенности, вступают в открытый бой с “врагом” [3, с.21].

Наблюдения за проявлением речевого экстремизма в социальных сетях позволяет выделить ряд существенных признаков, позволяющих говорить о том, что анализируемый феномен отличается от распространения в других коммуникативных сферах. Перечислим отмеченные признаки:

**1. Содержательные особенности.** Характер экстремистских материалов в интернет-коммуникации намного более агрессивен в силу определенных особенностей, о которых мы уже говорили ранее. Смысловыми доминантами анализируемых текстов являются:

- конкретная раса, народ, нация по каким-либо критериям или причинам лучше или «выше» остальных рас, народов или наций;
- борьба с чужеродными элементами, разрушающими лучшую нацию;
- объединение в группы для уничтожения всей инородной «нечисти»;
- несостоятельность государства, которое не может защитить свой народ и всячески покрывает «врагов».

**2. Характер адресантов и адресатов.** Авторами и читателями текстов экстремистского содержания чаще всего являются молодые люди. Ввиду особенностей интернет-пространства его используют преимущественно молодые пользователи. Именно они являются создателями интернет-контента, который распространяется с помощью популярных групп и сообществ.

**3. Характер популярности данных групп.** Анализ количества подписчиков и содержания материала позволяет установить следующие популярные группы экстремистской направленности в молодежной коммуникации:

- *Исторические группы.* Как показало наблюдение, наибольшее число подписчиков имеют группы, которые позиционируют себя как исторические. Например, на момент написания материала, в группе «Третий Рейх» состояло 24992 участника. Группа определяет себя как историческо-ознакомительная, однако является закрытой и содержит запрещенную символику фашизма и нацизма.
- *Патриотические группы.* Следующий тип групп по количеству подписчиков и содержанию – это группы, позиционирующие себя как патриотические. В них весь материал направлен на определенное формирование отношения к тому или иному вопросу. Есть идейный представитель, «вождь», который является администратором и основателем как группы, так и движения.
- *Собственно экстремистские группы.* Последний тип – это группы, которые носят явный экстремистский характер. Они часто блокируются администрацией «ВКонтакте» и Роскомнадзором. Имеют минимальное количество подписчиков: 150-300 человек, которые после блокировки группы подписываются на похожие по тематике сообщества.

**4. Характер подачи материала.** Анализируемый материал представляет не только тексты, но и разные невербальные средства: изображения, музыку. Говоря о музыке экстремистского характера, важно отметить, что зачастую название композиции и её автор не совпадают с реальным наименованием. Это затрудняет поиск музыкальной композиции в Списке запрещенных экстремистских материалов. Несмотря на это, вымышленные наименования и автор иногда даже более подходят под определение «экстремистские». Например, неизвестный автор с композицией «Письмо к умирающей белой расе»; или «Оправданный терроризм – Ненависть и свобода». Заменяя название композиции и имя автора, администратор сообщества усиливает эффект воздействия на молодое сознание. Часто такая номинация не имеет ничего общего с текстом песни. Также может быть изменен сам текст песни. Благодаря этому может возникнуть ситуация переоценки ценностей. Слушатель просто не будет знать о первоисточнике. Встречаются такие примеры, когда смысл песни или композиции сугубо патриотичен, а переделывается на какой-либо гимн националистов. Посты с такими песнями и изображениями явно экстремистского характера находятся в открытом доступе и могут быть прослушаны молодыми людьми.

**5. Призывы к активным, агрессивным действиям.** Тексты экстремистской тематики очень часто содержат призывы к агрессивным действиям: *убей себя во имя идеи, убей другого* и т.д. Призыв к убийству себя во имя идеи встречается в постах, в которых изображены идейные личности, погибшие «за идею». Как правило, пост сопровождается музыкальным треком с агрессивным названием и цитатами идейного вдохновителя.

**6. Активная деятельность по привлечению молодых людей в данные сообщества.** Социальная активность и процесс социализации в современном обществе проходит в интернет-пространстве, поэтому молодые люди пытаются выделиться, определить свое социальное положение за счет каких-либо иерархических ролей в социальных сетях. Например, администратор, помощник администратора, руководитель группы и т. п.

Выделенные признаки способствует появлению и развитию в интернет-коммуникации экстремизма как потенциально опасного явления. Интернет в настоящее время является идеальной площадкой для распространения экстремистских материалов.

**Литература и источники**

1. Галиева А.Р. Молодежный праворадикальный экстремизм в социальных сетях Интернета (на примере «MithanthropicDivision») // Единство России в дружбе народов // Йошкар-Ола: Марийский Государственный Университет, 2017 – С. 66-70
2. Кротов Д.В., Социальные сети как фактор проявления экстремизма в среде российской молодежи / Кротов Д.В., Гнатюк М.А., Самыгин С.И. // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки – Краснодар, 2017 – С. 79-82.
3. Кудрин В. С., 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.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Новгородова Е.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

**УДК 811.161.1'42**

### **ЗНАЧЕНИЕ ФАЦИЕНТА СУБСТРАТ ДЛЯ ЖАНРОВОЙ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЗАПИСЕЙ НА ПОЛЯХ**

*Желненко В.В.*

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

В статье рассматривается значимость субстрата для характеристики жанров естественной письменной речи.

**Ключевые слова:** речевые жанры, естественная письменная речь, записи на полях

### **VALUE OF SUBSTRATE FACIENT FOR GENRE CHARACTERISTICS OF RECORDS ON MARGINS**

*Zhelnenkova V. V.*

Kemerovo State University

In the article the significance of the substrate for the characteristics of the genres of natural writing.

**Keywords:** speech genres, natural written speech, entries in the fields.

Записи на полях представляет собой общность текстов, объединенных одним субстратом – поля. В словаре под редакцией Ожегова дается следующее определение: «Поля - чистая полоса вдоль края листа в книге, тетради, рукописи» [ Ожегов, 1997. С. 754 ]. Мы понимаем под полями не только полосы вдоль краев листа, но и все пространство, свободное от базового текста.

Н.Б. Лебедева говорит о том, что материальность субстрата ЕПР приводит к двум следствиям:

«1) долговечности написанного знака;

2) утрате автором контроля над существованием и функционированием написанного знака» [Лебедева, 2001. С.9]. Когда знак приобретает вещественную субстанцию, он начинает жить своей собственной жизнью, непредсказуемой и неподвластной автору. В результате этого текст может видоизменяться в разных направлениях. Например, появляются добавочные написания. В учебнике по исторической грамматике русского языка был оставлен комментарий, относящийся к содержанию параграфа «*Как же это сложноооо*», по прошествии времени другим читателем была добавлена надпись «*То ли еще будет...*».

Возникают дополнительные соавторы, которые могут исправить ранее написанный текст или дополнить рисунок (об этом можно судить по использованию другого орудия письма).

Встречаются исправления или зачеркивания печатного текста. Это может говорить о критическом настрое читателя, который категорически не согласен с написанным и не хочет, чтобы последующие читатели видели текст в авторской задумке.

Утрата автором контроля над существованием и функционированием написанного текста является конститутивным признаком жанра записей на полях. Данный субстрат детерминирует такой признак записей на полях, как их попутность, возможность наличия связи с базовым текстом, небольшой размер записей.

Смежным жанром с записи на полях является жанр «маргинальные страницы тетрадей», описанный Н.Ю. Плаксиной в кандидатской диссертации [Плаксина, 2008]. Сближает данные явления естественной письменной речи характер попутности.

Однако именно субстрат определяет дифференциальные признаки жанров: связь между «основным» и «попутным» в случае маргинальная страница тетради более условна, чем в записях на полях, которые в большей степени обусловлены содержанием основного текста.

Функциональные характеристики субстрата записей на полях позволяют выявить следующие особенности данных текстов, дифференцируемые спецификой субстрата.

1. Открытость субстрата;
2. Запрет делать посторонние записи общественных книгах и чужих тетрадях формирует определенную социальную оценку изучаемого жанра и обуславливает специфическое речевое поведение в рамках жанра записи на полях;
3. Расположенность на полях – как на месте, не предназначенном для этого - обуславливает содержание высказывания, на другом субстрате те же предметы речи были бы описаны иначе.

Тип субстрата можно выразить факторами, детерминирующими непосредственный выбор субстрата и обусловленность им реализации характерных признаков жанра. Формула типа субстрата записи на полях выглядит следующим образом: хочу отвлечься или обдумать прочитанное, выбираю для этого письменную форму; для меня важно быстро найти место для записей, которое было бы под рукой, поэтому использую для записей свободное от текста место.

Записи на полях, в большинстве случаев, связаны с базовым текстом. Это может быть реакция на содержание основного текста, например, *«о чем заставляет этот случай задуматься мужа?, присяжных?»*, *«обман госпожи М.»*, *«то она love то не love. мучается»*, *«действие где происходит. в центре или где?»*, *«Для истинного патриота слава не нужна»*, *«Катя – прекр. дама»*, *«чем же странник очарован?»*, *«этот конфликт неразрешим»*, *«Для К. жить=быть собой-остаться чистой внутр.»*, *«кумовство – что это?»*, *«Что гов-т народ?»*

Реакция на оставленный ранее комментарий, например, *«Сколько до конца пары?»*, *ответ: «15 минут»*)). Надпись на полях научной книги: *«спорно»*, а ниже подписано: *«ты кто такой, чтобы спорить»* (реакция другого читателя на прочитанный комментарий). Между репликами подобного диалога возможен временной разрыв. Встречаются записи, в которых автор задает вопрос по содержанию текста и сам дает ответ: *«Как оно построено? (от общего к частному)»*; *«Почему вскрикивает, когда видит Б?»* ниже дан ответ этим же автором: *«Не может сдержатъ чувств»*.

Как показывает наблюдение, библиотечные книги, выпущенные после 2010 года, в меньшей степени имеют записи несвязанные с базовым текстом. Это можно объяснить распространением социальных сетей, форумов, живых журналов. Теперь выговориться, выплеснуть эмоции, поделиться переживаниями можно в сети Интернет. И сразу получить на это отклик, в отличие от библиотечной книги, которая может больше не попасть в руки к автору записи.

#### Литература и источники

1. Лебедева Н.Б. Естественная письменная русская речь как объект лингвистического исследования. ВЕСТНИК БГПУ Вып.1. 2001а г. С. 4-10.
2. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений. — 4-е изд., М., 1997. — 944 с.
3. Плаксина Н.Ю. Маргинальные страницы тетради в жанроведческом аспекте: дис. ... канд.фил.наук: 10.02.01/ Плаксина Наталья Юрьевна. Кемерово 2008.

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

**УДК 81.42**

## **МЕТАФОРИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ЛЕГИТИМНОСТИ И ЛЕГАЛЬНОСТИ КОНСТИТУЦИОННОЙ РЕФОРМЫ В ДИСКУРСЕ ПОЛИТОЛОГОВ**

**(на материале текстов В. Б. Пастухова)**

*Игнатова Ю.С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[ign976@mail.ru](mailto:ign976@mail.ru)

***Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ, проект № 19-012-00522  
«Проблема легитимизации в политическом дискурсе: лингвоперсоналогический  
аспект».***

Статья посвящена исследованию особенностей метафорической оценки легальности и легитимности проведения конституционной реформы 2020 года в дискурсе политологов. В качестве материала исследования использовались аналитические тексты российского политолога Владимира Пастухова, представленные в интервью на радио «Эхо Москвы» и телеканале «Дождь». В процессе исследования было установлено, что легитимность оценивается экспертом преимущественно при помощи театральных метафор, а при оценке легальности главенствующую роль занимают метафоры со сферой-источником «криминал». Указывается, что подобное представление легитимности и легальности противоречит природе данных понятий: источником легитимности реформы в оценке политолога являются не граждане государства, а представители власти; легальность, по мнению эксперта, в реформировании главного закона государства отсутствует. Отмечается, что политолог негативно оценивает конституционную реформу и формирует в сознании читателей отрицательный образ легальности и легитимности её проведения.

**Ключевые слова:** концептуальная метафора; метафорическая оценка; дискурс политологов; легитимность; легальность; конституционная реформа.

## **METAPHORICAL ASSESSMENT OF THE LEGITIMACY AND LEGALITY OF CONSTITUTIONAL REFORM IN THE DISCOURSE OF POLITICAL SCIENTISTS (based on the texts of V. B. Pastukhov)**

*Ignatova Yu. S.*

The article is devoted to the study of the features of the metaphorical assessment of the legality and legitimacy of the 2020 constitutional reform in the discourse of political scientists. As the research material, the analytical texts of the Russian political scientist Vladimir Pastukhov, presented in interviews on the radio "Echo of Moscow" and the TV channel "Rain", were used. In the course of the study, it was found that the legitimacy is assessed by the expert mainly with the help of theatrical metaphors, and when assessing

legality, the main role is played by metaphors with the source sphere "crime". It is pointed out that such a representation of legitimacy and legality contradicts the nature of these concepts: the source of the legitimacy of the reform in the assessment of the political scientist are not citizens of the state, but representatives of the authorities; legality, according to the expert, is absent in the reform of the main law of the state. It is noted that the political scientist negatively assesses the constitutional reform and forms in the minds of readers a negative image of the legality and legitimacy of its implementation.

**Keywords:** conceptual metaphor; metaphorical assessment; political scientists' discourse; legitimacy; legality; constitutional reform.

С момента вступления в юридическую силу Конституции РФ эксперты отмечали недостаточную разработанность данного нормативного правового акта и предлагали варианты его изменения. Мнения специалистов по данному вопросу не совпадали, в основном выделялось две точки зрения: одни полагали, что необходимо модернизировать конституцию при помощи дополнительных федеральных законов; другие рассматривали варианты принятия абсолютно новой конституции [1].

На настоящий момент все попытки совершенствования Конституции РФ происходят посредством точечного внесения поправок. Самым масштабным и бурно обсуждаемым процессом изменения конституции стала реформа 2020 года, так как, во-первых, произошло изменение большого количества статей закона, во-вторых, принятие поправок было вынесено на общенародное голосование, в-третьих, движение конституционной реформы происходило в период тяжелого эпидемиологического положения в мире.

Изменение Конституции РФ 2020 года вызвало большой отклик среди юристов, политиков, политологов, журналистов и рядовых граждан. На настоящий момент проведено исследование, фиксирующее оценку конституционной реформы, произведённую специалистами разных сфер деятельности. Результаты опроса отражают противоречивость оценки реформирования Конституции РФ: выяснилось, что не все эксперты одобряют поправки и процедуру их принятия, сомневаясь в легальности и легитимности произошедших изменений [2].

Категории легальности и легитимности как принципы права «являются фундаментальными для правового государства, влияют на основу устройства и действия в нём различных механизмов» [4, с. 19], поэтому анализ легальности и легитимности проведения конституционной реформы имеет особую актуальность. Понятия *легальность* и *легитимность* на протяжении длительного времени в советской политической системе выступали как синонимы, однако в начале девяностых годов прошлого столетия в связи с кардинальным изменением государственного строя появилась необходимость в разграничении значения этих терминов. В настоящее время приводятся следующие определения данных понятий: *легитимность* – категория, которая «выражает определенное отношение людей (одобрение, приятие, отрицание) к государственной власти, её институтам и осуществляемой ими политике» [3, с. 17], *легальность* – «состояние политико-правовых отношений, которые характеризуются строгим их соответствием писаным законам общества» [3, с. 17].

При определении значимости конституционной реформы важно исследовать оценку легитимности и легальности данного события профессиональными политологами, так как конституция имеет не только юридическое, но и политическое значение, компетентную интерпретацию которого представляют политологи.

Анализируя политические события, политологи представляют объективную оценку ситуации, а также в качестве подтверждения своей позиции приводят эффектное метафорическое образы. В связи с тем, что политологи являются авторитетными посредниками между политиками и рядовыми гражданами [5], использование метафор также позволяет экспертам в сфере политологии представлять сложные политические ситуации при помощи простых образов.

Настоящее исследование посвящено изучению метафорической оценки легитимности и легальности конституционной реформы 2020 года, представленной в текстах одного из наиболее авторитетных политологов Владимира Борисовича Пастухова, доктора политических и юридических наук, научного сотрудника University College of London. Материалом исследования послужили интервью В.Б. Пастухова, опубликованные на сайтах радио «Эхо Москвы» и телеканала «Дождь».

В ходе исследования было установлено, что оценку легитимности проведения конституционной реформы политолог производит при помощи театральных метафор, а ее легальность оценивает посредством метафор, восходящих к сфере-источнику «криминал».

**Театральная метафора как средство оценки легитимности конституционной реформы.** Посредством данных метафор внесение поправок представляется политологом как конституционные переодевания в произведении низкого жанра – комедии, финальной сценой которой стало восхваление этого представления, то есть признание её легитимности. Однако, по мнению эксперта, такое всенародное одобрение является сомнительным, «прицепленным» авторами этой комедийной постановки, потому что исходит не от народа, а навязывается представителями власти: *Вместо того, чтобы просто принять поправки и поставить точку в этой комедии с конституционными переодеваниями, к ней прицепили финальную сцену «хора», поющего «всенародное одобрение»* (Эхо Москвы, 2020).

Легитимность в рамках данной метафорической модели также рассматривается как элемент костюма героя (главы государства), при этом политолог отмечает, что она приклеена авторами сценария данной постановки, то есть эксперт вновь акцентирует внимание на том, что одобрение изменений исходит не от народа: *Видимо, очень хотелось пришить фиговый листок легитимности на обнаженное причинное место будущего правления. При этом авторы сценария не учли, что король с фиговым листком будет выглядеть даже хуже, чем просто голый король – вроде как одетый в смокинг человек на нудистском пляже. Тем не менее, несмотря ни на что, решили в эту игру сыграть до конца* (Эхо Москвы, 2020).

Подобное представление легитимности противоречит природе данного понятия: легитимность подразумевает одобрение гражданами политических событий, а в интерпретации эксперта она навязывается представителями власти.

**Криминальная метафора как средство оценки легальности конституционной реформы.** При помощи криминальных метафор политолог отождествляет конституцию с мёртвым телом, а процессы её изменения не с попытками воскрешения, а с преступными насильственными действиями, что подчёркивает неправомерность предполагаемых реформ: *Жизнь задолго до официального «обнуления» сама внесла правку в эту Конституцию, выхолостив все ее либеральные принципы. Та конституционная вакханалия, свидетелями которой мы были между январем и июлем текущего года, была лишь завершающим актом конституционной некрофилии. Поправки терзали уже давно мертвое конституционное тело* (Эхо Москвы, 2020).

Политолог неоднократно называет конституционные изменения насилием и отмечает отсутствие легальности в голосовании, связанном с рассмотрением этих поправок: *Это стал вопрос этики, то есть это вопрос того, что сам факт такого политического изнасилования вызывает чувство унижения. Почему я говорю о политическом изнасиловании? Потому что как бы мы ни называли эту процедуру, я не хочу уходить в дебри, доказывая, почему оно неконституционно, почему нет вообще в принципе такой процедуры и не было никогда, почему решение Конституционного суда о том, что всенародное обсуждение является такой высшей формой легитимизации, является лукавым. Это ни к чему* (Дождь, 2020).

Подобные метафоры В. Б. Пастухов использует не только при рассмотрении потенциальных конституционных изменений, но и при анализе результата данной реформы: *Голое насилие – ничем не ограниченное и ничего не стесняющееся – вот*

*истинная конституция России образца 2020 года* (Эхо Москвы, 2021). Подобное представление конституции указывает на противозаконность её реформирования.

Проведённый анализ позволяет сделать вывод, что политолог негативно оценивает конституционную реформу 2020 года и формирует в сознании читателей отрицательный образ легальности и легитимности её проведения. Данная оценка усиливается экспертом при помощи метафор.

### **Литература и источники**

1. Титова, Т. П. Российская конституция и конституционализм: взгляд правоведов и политологов (обзор) / Т. П. Титова // Конституционно-правовая реформа в Российской Федерации. – 2000. – С. 25–45.

2. Глухова, А. В. Концептуально-методологические основания политико-правового анализа конституционной реформы в РФ 2020 г. (опыт экспертных оценок) / А. В. Глухова, Д. В. Щеглова // Среднерусский вестник общественных наук. – 2020. – № 6. – С. 88–102.

3. Безкоровайная, Ю. Е. К вопросу о понятиях «Легальность» и «Легитимность» государственной власти в теории права / Ю. Е. Безкоровайная // Вестник Омского университета. Серия «Право». – 2010. – № 2. – С. 15–21.

4. Демидов, Д. Г. Сущностное значение понятий "легальность" и "легитимность" в современной юридической науке / Д. Г. Демидов // Время и право. – 2011. – №4. – С. 18–21.

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. Радио «Эхо Москвы». URL: <https://echo.msk.ru>

7. Телеканал «Дождь». URL: <https://tvrain.ru>

*Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Кондратьева Ольга Николаевна, ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

**УДК 323.3-055.2**

## **СТИЛИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ГЕНДЕРА В СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ И НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ)**

*Идемешова А. Н.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[fxqeex@mail.ru](mailto:fxqeex@mail.ru)

Гендерные исследования играют большую роль в описании экстралингвистической реальности в процессах языковой репрезентации гендера в социальной рекламной коммуникации. В центре внимания находится анализ репрезентации социальной характеристики гендера в рекламном дискурсе и её влияние на восприятие реципиентами информации. В данной статье будут проанализированы возможные стилистические средства репрезентации гендера, а также использование гендерно-маркированной лексики в дискурсе социальной рекламы на примерах текстов социальной рекламы на английском и немецком языках. Рассмотрены понятия гендера, его взаимосвязь с социальной рекламной коммуникацией, а также влияние

репрезентации гендера на восприятие целевой аудиторией информации из социальной рекламы.

**Ключевые слова:** гендер, репрезентация гендера, социальная реклама, стилистические средства, гендерный стереотип, средства репрезентации гендера

## **STYLISTIC MEANS OF GENDER REPRESENTATION IN SOCIAL ADVERTISING COMMUNICATION (BASED ON THE MATERIAL OF ENGLISH-LANGUAGE AND GERMAN-LANGUAGE SOCIAL ADVERTISING)**

*Idemeshova A. N.*

Kemerovo State University

Gender studies present a good opportunity to make a description of extra linguistic reality in the processes of gender linguistic representation in social advertising communication. The focus is on the description of social characteristics of gender that manifest themselves in advertising discourse, and how the presence of gender representation in social advertising texts affects the perception of the information by the recipients. This paper is devoted to the analysis of stylistic devices of gender representation, including the gender-marked vocabulary in the discourse of social advertising on the material of social advertising texts in English and German languages. The paper focuses on the concepts of gender, its relationship with social advertising communication, the influence of gender representation on the perception of information from social advertising by the target audience.

**Key words:** gender, gender representation, social advertising, stylistic devices, gender stereotype, means of gender representation.

Как известно, мужчины и женщины относятся к одному биологическому виду, но общепринято считать, что особенности восприятия информации обусловлены психологическими и физиологическими характеристиками. На этом, во многом, построено понятие гендера, которое активно разрабатывается в смежных отраслях гуманитарного знания в последние десятилетия.

Гендер представляет собой достаточно обширное понятие, которое может трактоваться разными отраслями знаний. Под гендером мы понимаем особый набор социальных и культурных характеристик, которые определяет поведение людей как мужское или женское.

В центре внимания гендерных исследований в настоящее время находятся культурные и социально-психологические факторы, которые обуславливают стереотипные представления о мужских и женских качествах, определяют отношение общества к мужчинам и женщинам, формируют механизмы построения властной системы на основе различий [1].

За счет использования в рекламе различных социальных стереотипов и образов послание наполняется необходимым смыслом, что многократно повышает эффективность рекламного обращения и значительно упрощает процессы восприятия и манипулирования сознанием потребителя. Любая информация, проходящая через СМИ, мгновенно проникает в сознание людей и формирует в них различные установки, ценности, идеалы, а также образцы мышления и модели поведения, в том числе, характерные для женщин и мужчин. [2].

Любой вид рекламы, включая социальную, вынужден привлекать внимание реципиента, удерживать его, а также повышать интерес в лице целевой аудитории. Для достижения этой цели у всех видов рекламы есть свои определённые методы, с помощью которых внимание реципиента привлекается и удерживается. Это могут быть различные тропы, образные средства, шокирующие картинки, громкие тексты и специально подобранная лексика. С помощью стилистических средств и разного рода привлекающих внимание слов создатели рекламы могут добиться своей цели. Благодаря использованию всех образных средств, цель социальной рекламы может быть достигнута.

Ориентация на массового адресата заставляет создателя рекламного продукта быть избирательным в плане использования тех или иных приемов, так как, несмотря на свою собирательность и нерасчлененность, потребитель рекламы представляет собой в утрированном виде две группы субъектов (исходя из гендерного фактора) - мужскую и женскую аудиторию [3].

Таким образом, важным показателем гендерной ориентации рекламы является использование особенностей мужской и женской речи и коммуникативных тактик, а также использование определенной лексики, характерной для женской или мужской аудитории. Важную роль играет гендерная вариативность, которая связана не с выбором «стилевых форм» рекламы, а с выбором конкретных языковых средств, направленных на обеспечение воздействия на ту или иную целевую аудиторию [4].

При этом в большинстве работ остается без внимания то, что социальная реклама, занимая ограниченное место в интернет-пространстве в связи со спецификой рекламного контента как такового, может опираться на стереотипы, экономя усилия реципиентов. Соответственно, было выдвинуто предположение о том, что, апеллируя к чувствам реципиента, социальная реклама гиперболизирует гендерные образы и может невольно актуализировать гендерные стереотипы в общественном сознании. Как известно, коммерческая реклама в большинстве случаев формирует и транслирует гендерные стереотипы [5].

Гендерные компоненты в разных языковых сообществах имеют культурно, исторически и социально обусловленную специфику [6], поэтому представляется перспективным их изучение на материале разных языков в сопоставительном плане.

Анализируя тексты социальной рекламы на английском и немецком языках, особое внимание будет уделено использованию стилистических средств, которые легко и быстро запоминаются, а также выбору лексики, поскольку эти два составляющих текста социальной рекламы имеют самое большое воздействие на целевую аудиторию.

Гендерно направленная реклама опирается на утверждение, что мужчины и женщины по-разному воспринимают информацию на физиологическом уровне. На восприятие рекламы людьми разного пола влияют особенности получения и обработки информации. Рассмотрим несколько примеров социальной рекламы на английском и немецком языках, задействующие мужской и женский стереотипы соответственно.



Текст данного примера переводится: «Полюбившая. Обручившаяся. Сгоревшая. Насилие в отношении женщин – это повседневная жизнь. Помогите нам изменить это.». Уже в тексте сразу видна отсылка к использованию гендерного стереотипа женщина-жертва. И сразу приходит понимание, что, никто кроме женщины не может быть жертвой домашнего насилия. Так диктует общество, это тоже стереотип. Поскольку социальная реклама часто представляет собой картинку и определенный текст, который перекликается с картинкой, мы сразу понимаем, что всё сказанное – про женщину. Несмотря на то, что в немецком языке не существует категории рода у прилагательных, которые используются без существительного, мы понимаем, что речь идёт о женщине – жертве домашнего насилия, так как на это указывает визуальное

изображение. Соответственно переводить слова, которые написаны крупным шрифтом, нужно в женском роде. В следующем предложении мы встречаем слово Frauen – женщины, здесь снова видна репрезентация гендерного стереотипа относительно женщин. Автор текста не выбрал слово «люди», «человек», а выбрал именно «женщина», что определенно указывает на проявление здесь женского гендера. В приведенном тексте социальной рекламы нет речевых оборотов и каких-либо стилистических средств, но здесь чётко показана проблема общества и кому она адресована. Целевой аудиторией являются женщины, именно поэтому всё здесь про женщин: картинка, использованная лексика, заявленная проблема.



«Каждая четвертая женщина становится жертвой домашнего насилия» - гласит слоган этого примера социального плаката. В данном тексте мы видим отсылку к репрезентации гендерного стереотипа женщина-жертва, как и в предыдущем примере. Точно также проблема касается женщин, и как доказательство того, что в данном примере рекламы задействован этот стереотип, в первую очередь мы видим приведенную статистику с использованием слова «woman». «Every fourth woman» – этот речевой оборот акцентирует внимание на том, что проблема достаточно серьезная, и что женщины действительно страдают, а использование прилагательного every усиливает серьезность ситуации. Далее мы видим эмоционально окрашенную идиому to fall victim to во фразе «falls victim to domestic violence», использование которой усиливает эмоциональный эффект. Следовательно, в данном примере мы видим и лексические и стилистические средства репрезентации гендера, подкрепленные визуальным изображением.

Анализ репрезентации гендера без учёта визуального ряда, будет считаться неполным, так как жанром социальной рекламы заложено, что социальный плакат – это обязательно картинка и текст, которые взаимосвязаны между собой. Проанализировав два приведенных примера, мы можем сказать, что часто гендер репрезентируется с помощью слов-маркёров «man», «woman», «Mann», «Frau», которые напрямую репрезентируют гендер и стереотипы с ним связанные.

### Литература и источники

1. Горошко Е.И. Особенности мужского и женского вербального поведения (психолингвистический анализ): Дис. .канд филол наук. — М., 1996.
2. Турутина Е.С., Тоноян С.Н. ГЕНДЕРНЫЕ ОБРАЗЫ В РЕКЛАМЕ: ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ И РЕПРЕЗЕНТАЦИИ. - Томский государственный педагогический университет, научная статья, 2010
3. Кошкарлова Н.Н. Гендерный аспект речевой агрессии в рекламе // Сибирская ассоциация лингвистов-экспертов: [сайт]. [2014]. URL: [http://siberia-expert.com/publ/satti/stati/gendernyj\\_aspekt\\_rechevoj\\_agressii\\_v\\_reklame\\_n\\_n\\_koshkarova/4-1-0-218](http://siberia-expert.com/publ/satti/stati/gendernyj_aspekt_rechevoj_agressii_v_reklame_n_n_koshkarova/4-1-0-218) (дата обращения: 25.12.2020).
4. Пронина Е.Е. Психологическая экспертиза рекламы: теория и методика психотехнического анализа рекламы. - М.: РИП-холдинг, 2002. - 13с.

5. Гоголева Е.Н. Гендерные стереотипы в телевизионной рекламе как отражение гендерного неравенства // Женщина в российском обществе. 2019. № 1. С. 77-86.

6. Халеева И.И. Гендер как интрига познания // Гендер как интрига познания. -М., 2000.

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

УДК 811.5

## **ОСОБЕННОСТИ МИРОВИДЕНИЯ РУССКОГО, КИТАЙСКОГО, АЛТАЙСКОГО НАРОДОВ ЧЕРЕЗ ПАРЕМИИ О ГЛУПОСТИ ЧЕЛОВЕКА**

*Ильина У. В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[kereksibesova@gmail.com](mailto:kereksibesova@gmail.com)

Данное исследование выполнено в русле лингвокультурологии. Статья посвящена реконструкции языковой картины мира русских, китайцев, алтайцев через описание пропозиционально-фреймовой организации концепта «глупость». Объектом исследования выступают паремии, репрезентирующие концепт «глупость» как базисный компонент языковой картины мира носителей русского, китайского и алтайского языков. Предметом изучения является пропозиционально-фреймвая организация концепта «глупость» в паремиях на материале обозначенных языков. Автором предлагается сопоставительное рассмотрение особенностей русской, китайской и тюркской картин мира. Для этого целесообразным оказывается использование методики пропозиционально-фреймового моделирования, предполагающей выявление глубинных, пропозициональных структур – логически абстрактных суждений с предикативно связанными актантами и поверхностных, вербализованных в границах этих ПС суждений – пропозиций. Большинство работ подобного плана, выполненных на материале паремий, ограничивается сопоставлением двух языковых картин мира, поэтому предлагаемое нами сопоставительное рассмотрение особенностей русской, китайской и тюркской картин мира существенно расширяет рамки сопоставительных исследований. Это происходит как в силу отнесенности русского, китайского, алтайского языков к разным языковым группам, так и в силу своеобразия жизненной философии каждого этноса, его принадлежности к разным религиозным конфессиям.

**Ключевые слова:** паремия, концепт, языковая картина мира, пропозиция, пропозициональная структура, разноструктурные языки.

## **PECULIARITIES OF THE WORLD VISION OF THE RUSSIAN, CHINESE, ALTAI PEOPLES THROUGH PAREMIAS ABOUT HUMAN STUPIDITY**

*Ilina U. V.*

Kemerovo State University

[kereksibesova@gmail.com](mailto:kereksibesova@gmail.com)

This research was carried out in line with cultural linguistics. The article is devoted to the re-construction of the linguistic picture of the world of Russians, Chinese, Altaians through the description of the propositional-frame organization of the concept of "stupidity". The object of research is the paremiias, representing the concept of "stupidity" as the basic

component of the linguistic picture of the world of the speakers of the Russian, Chinese and Altai languages. The subject of study is the propositional-frame organization of the concept of "stupidity" in paremias on the material of the designated languages. The author proposes a comparative consideration of the features of the Russian, Chinese and Turkic pictures of the world. For this, it turns out to be expedient to use the method of propositional-frame modeling, which presupposes the identification of deep, propositional structures - logically abstract judgments with predicatively connected actants and superficial, verbalized within the boundaries of these PS, judgments - propositions. Most of the works of this kind, based on the material of the paremias, are limited to comparing two linguistic pictures of the world, therefore, our proposed comparative consideration of the features of the Russian, Chinese and Turkic pictures of the world significantly expands the framework of comparative studies. This happens both due to the attribution of the Russian, Chinese, Altai languages to different linguistic groups, and due to the originality of the life philosophy of each ethnic group, its belonging to different religious confessions.

**Key words:** paremia, concept, linguistic picture of the world, proposition, propositional structure, multi-structural languages.

Пропозициональные структуры (далее – ПС) – наиболее абстрактные суждения с предикативно связанными субъектами и объектами, проявляющие дискурсивность мыслительной деятельности человека. ПС, в отличие от пропозиции (далее – П), обладают универсальным характером и являются едиными для всех представителей современной цивилизации. Паремии, участвуя в формировании и отражении фрагмента языковой картины мира (далее – ЯКМ), через слоты, направляемые пропозициональными структурами, становятся детерминантами культурологического характера, выраженными в пропозициях.

Особенности языковой картины мира рассматриваемых лингвокультур можно обнаружить путем пропозиционально-фреймовой организации концепта «глупость» через реализацию его в паремиях. Метафора и метонимия, будучи одним из важных способов реализации ЯКМ народа, пронизывают не только нашу речь, но и мыслительную деятельность, что также отражается в рассматриваемых нами паремиях.

В работе мы придерживаемся точки зрения М. Минского о том, что «фрейм можно представить себе в виде сети, состоящей из узлов и связей между ними. “Верхние уровни” фрейма четко определены, поскольку образованы такими понятиями, которые всегда справедливы по отношению к предполагаемой ситуации. На более низких уровнях имеется много особых вершин-терминалов или “ячеек”, которые должны быть заполнены характерными примерами или данными» [1, с. 7].

Процессы метафоризации описаны в работе как совокупность базовых операций над слотами фрейма-источника и фрейма-цели (по А. Н. Баранову и Д. О. Добровольскому): введение одной когнитивной структуры в другую, элиминация когнитивной структуры, высвечивание когнитивной структуры, повторение когнитивной структуры [2].

Например, пословицы и поговорки, обозначающие глупого человека через сравнение с поведением животных в алтайском языке: *тон агаиты чокыган томырткада сагыш жок* (у дятля, долбящего мерзлое дерево, ума нет); *чычканнаг тук чыгарда, «ичикей» деген* (когда у мышки начала появляться шерсть, она сказала: «Брр [холодно]»); *кас эчит, каргаанын таманы ушуду* (у вороны, которая следовала за гусем, лапы замерзли). Отмечается, что лапы гусей больше и выносливей, чем лапы вороны, поэтому могут замерзнуть или поцарапаться.

В приведенных паремиях осуществляется операция введения одной когнитивной структуры в другую. При порождении актуального значения паремии, основанной на метафоре, взаимодействуют несколько фреймов: фрейм, принадлежащий области источника (представитель животного мира), и фрейм, принадлежащий области цели (глупый человек). И у фрейма *представитель животного мира*, и у фрейма *глупый человек* есть одноименный слот «осуществление бесполезных действий».

Осуществление бесполезных действий животными осмысливается как осуществление бесполезных действий глупым человеком. Реализуется ПС «субъект, характеризуемый через сравнение с действием объекта»; П «глупый человек, характеризуемый через сравнение с поведением животных». Здесь образы дятла, мыши, вороны метафорически использованы для характеристики глупого человека через совершаемые ими действия.

Паремии алтайского языка, где представлен слот «онтологическая черта животного» и «онтологическая черта глупого человека», реализуются через две ПС, которые сравниваются друг с другом: «*Эштек кулагынанг таньлу, тенек кижжи – эрмегинен* (осла по ушам узнают, глупого человека – по разговору)» [3]. В данном случае представлена операция повторения когнитивной структуры, где выделяется онтологическая черта осла (большие уши) и онтологическая черта человека (речь глупого человека). Проявляется значимость онтологического признака животного и человека. При этом паремия не представлена метафорически. Используется метонимия *часть вместо целого*, которая высвечивает ярко выраженные особенности осла (уши) и глупого человека (речь).

В русской лингвокультуре аналогичная паремия осла знать по ушам, медведя по когтям, а дурака по речам реализуется через три П, в отличие от алтайского языка: П<sub>1</sub> «осел, характеризующийся по выделяющейся части тела», П<sub>2</sub> «медведь, характеризующийся по функционально значимой части тела», П<sub>3</sub> «глупый человек, характеризующийся по речи», которая сравнивается с онтологическими свойствами осла и медведя, не соотносящимися с глупостью этого животного. Однако это качества, без которых животное отличается от всех животных одного вида, равно как глупый человек не вписывается в человеческую природу, для которой отличительной чертой является наличие ума. Реализуются ПС: ПС<sub>1</sub> «объект<sub>1</sub> по характерной для него части»; ПС<sub>2</sub> «объект<sub>2</sub> по характерной для него части»; ПС<sub>3</sub> «субъект, характеризуемый по действию».

Аналогичные паремии обнаруживаются в китайском языке: *歹马害一群, 歹人害一帮* *dǎi mǎ hài yīqún, dǎirén hài yī bāng* (глупая лошадь вредит табуну, глупый человек вредит другим людям). В данном случае сравнивается вред от глупости животного по отношению к таким же животным и вред от глупости человека другим людям. Выделяются слоты: «вред, наносимый животным»; «вред, наносимый человеком».

В вышеперечисленных паремиях происходит взаимодействие между двумя фреймами: операции, выполняемые при конструировании фрейма *животные* повторяются на фрейме *глупый человек*.

Паремии, где представлена элиминация когнитивной структуры в алтайском языке: *алабукада мўн жок, алу кижиде уй жок* (от окуня уха нет, у глупого человека ума нет); *ак букада ўн жок, алгас кижиде сагыш жок* (у белого быка нет голоса, у глупого нет мозгов).

При элиминации когнитивного содержания происходит уничтожение нескольких слотов фрейма: из фрейма *животное* удаляется содержание слота «характерная черта животного», из фрейма *человек* удаляется содержание слота «соматизм, отвечающий за умственные способности человека». Основное назначение рыбы для человека – использование ее для приготовления уха. Если этого нет, утверждается бесполезность данного вида рыб. Ум – онтологическое свойство человека, отсутствие ума – свидетельство глупости человека.

*Ак букада ўн жок, алгас кижиде сагыш жок* (у белого быка нет голоса, у глупого человека нет мозгов). Отсутствие голоса у быка свидетельствует о его исключительности, приносящей много хлопот его хозяину, равно как отсутствие мозгов у глупого человека доставляет определенные трудности в общении с ним других людей.

В данных паремиях наряду с операцией элиминации когнитивной структуры осуществляется операция повторения когнитивной структуры, где онтологическая черта животного сопоставляется с онтологической чертой глупого человека. При этом первая часть паремии не представлена метафорически. При порождении актуального

значения операции элиминация когнитивной структуры и повторение когнитивной структуры взаимодействуют друг с другом.

В приведенных паремиях сравниваются две П: П<sub>1</sub> «характерная (онтологическая) черта животного», П<sub>2</sub> «характерная (онтологическая) черта глупого человека», которая сопоставляется с отсутствующей характерной чертой животного, не соотносящейся с глупостью этого животного. Реализуются ПС<sub>1</sub> «объект по признаку» и ПС<sub>2</sub> «субъект, характеризуемый по признаку». В первом случае отсутствует экспрессия, во втором – проявляется негативное отношение к глупому человеку и отмечается его характерный признак.

В русской лингвокультуре о глупом человеке говорят: *глуп, как осетр; глуп, как сивый мерин; глуп, как осел; глуп, как осетровая башка; глуп, как баран.*

В этих паремиях реализуется ПС «субъект, характеризуемый через сравнение с объектом» через слот «онтологические свойства животного», который реализуется неявно, но присутствует в сознании русского народа. Вышеперечисленные объекты зооморфного мира характеризуются как глупые животные из-за онтологически присущих им свойств. Согласно справочнику по фразеологии, сивый мерин – это «поседевший от долгой и тяжелой жизни холощенный жеребец, потерявший к старости и физические силы, и умственные способности» [4]. Таким образом, в этих паремиях на основе метафоры по сходству действий, присущих животным, проявляется глупость человека. В качестве метафор-источников используются наименования конкретных видов животных: *осетр, сивый мерин, осел, баран.* Происходит высвечивание когнитивной структуры, а именно высвечивание онтологически присущих свойств представителей животного мира. На основе этих онтологических свойств образы конкретных животных выступают в качестве эталона глупости.

Паремии, обозначающие глупого человека через сравнение с поведением животных, обнаруживаются в китайском языке: *猪头zhūtóu* досл. свиная голова; *猪脑袋hū nǎo dai* свиная голова; *笨猪bènzhū* глупая свинья. В этих паремиях реализуется ПС «субъект, характеризуемый через сравнение с объектом или с его частью». Глупость передается через слот «онтологическое свойство животного», который заложен в сознании носителей китайского языка. Происходит высвечивание онтологической черты свиньи, которая рассматривается как эталон глупости. Высвечивание в паремии выявлено неявно, онтологически присущие свинье черты, которые ассоциируются с глупостью, заложены в языковом сознании носителей китайского языка. Наряду с этим используется слот «голова», что указывает на такое качество, как глупость, которое человек «приписал» образу свиньи, так как голова является местом локализации ума. Наряду с метафорой, в паремиях китайского языка *猪头zhūtóu* досл. свиная голова; *猪脑袋hū nǎo dai* свиная голова используется метонимия. Лексема *голова* указывает на реального человека. В данном случае одна сущность (голова) используется для ссылки на другую (глупый человек), которая с ней связана.

Наряду со свиньей, в китайской лингвокультуре так же, как в русской и алтайской, осел считается глупым животным. Ср.: *愚蠢得像一头驴 yú chǔn dé xiàng yī tóu lǘ* (глупый, как осёл). Здесь метафорическое использование лексемы *осёл* выступает в качестве характеристики глупого человека через высвечивание слота «онтологическое свойство животного». Данный слот в паремии выражен неявно, онтологические свойства осла, которые характеризуются человеком как глупость, присутствуют в сознании носителей китайского языка.

Таким образом, проведенный анализ пословиц и поговорок свидетельствует о том, что пропозициональные структуры знания, составляющие тот глубинный уровень, который определяет реализацию мысли человека через высказывания, оказываются единственными для сознания носителей анализируемых языков. Пропозиции же, ословленные суждения, могут быть как общими, так и различными для представителей сопоставляемых лингвокультур. Несмотря на общее, национальная культура каждого

народа определяет его мировидения, задает ракурсы восприятия качеств человека в соответствии с ценностными установками и предпочтениями.

#### **Литература и источники**

1. Минский, М. Фреймы для представления знаний / М. Минский. – М.: Энергия, 1979. – 152 с.
2. Баранов, А. Н. Аспекты теории фразеологии / А. Н. Баранов, Д. О. Добровольский. – М.: Знак, 2008. – 656 с.
3. Суразаков, С. С. Алтай фольклор / С. С. Суразаков. – Горно-Алтайск: Буучай, 2015. – 320 с.
4. Справочник по фразеологии. Режим доступа: <http://new.gramota.ru/spravka//phrases/> (дата обращения: 05.03.2020).

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Проскурина А. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

**УДК 81-115**

### **АНТИКОРРУПЦИОННАЯ ЭКСПЕРТИЗА И ПРОБЛЕМА СЛОЖНОСТИ ЮРИДИЧЕСКОГО ЯЗЫКА И ТЕРМИНОВ**

*Иркова А.В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[a.irkova@mail.ru](mailto:a.irkova@mail.ru)

***Статья выполнена при поддержке гранта РФФИ+АКО «Лингвистический мониторинг социальной напряжённости в Кузбассе» (№ 20-412-420004 p\_a)***

Статья посвящена рассмотрению коррупциогенных факторов развития правовых рисков — предтерминов с их «юридико-лингвистической неопределённостью» в юридических текстах. Определена существующая тенденция к унификации, сглаживанию или устранению терминологических трудностей в законодательных текстах учеными-юристами и юрислингвистами. В частности, для минимизации этих рисков предлагается использовать сплошной лексикологический анализ текстов закона, предназначенный для выявления смыслового содержания всей лексической палитры юридического текста (и общенародных слов, и юридических терминов). Объективно представляется необходимым исходить из тонкостей контекста при анализе смыслов предтерминов. Материалом для апробации методики сплошного лексикологического анализа текста закона послужили слова и словосочетания из первого раздел Постановления Коллегии Администрации Кемеровской области «Порядок использования изображений и (или) наименований архитектурно-исторических символов Кемеровской области и словесных символов Кемеровской области, а также слов, производных от них». Лексемы «честь» и «достоинство» рассматриваются в аспекте эволютивной юридизации. При актуализации лексико-квантитативного метода, подсчёте лексем, входящих в тот или иной текст законодательной статьи, использовались элементы компьютерной программы GSGen.RU. Разработанная нами модель эволютивной юридизации общенародной лексики представляет процесс постепенного становления юридической семантики общенародной лексики. Юридические термины являются одновременно и специализированными языковыми единицами, и единицами языка, сохраняющими в своём «генетическом коде» его общенародные свойства: многозначность, вариативность и потенциальную динамику, несводимость к одному единственному значению.

**Ключевые слова:** антикоррупционная экспертиза, юрислингвистика, эволютивная юридизация, «простой» юридический язык, предтермины, исторические символы, Кузбасс.

# ANTICORRUPTION EXPERTISE AND THE PROBLEM OF THE COMPLEXITY OF LEGAL LANGUAGE AND TERMS

*Irkova A.V.*

Kemerovo State University

The article is devoted to the consideration of the corruption-causing factors of the development of legal preterminal risks with their "legal-linguistic uncertainty" in legal texts. The existing tendency to unify, smooth out or eliminate terminological difficulties in legislative texts by legal scholars and legal linguists is determined. In particular, to minimize these risks, it is proposed to use a continuous lexicological analysis of the texts of the law, designed to identify the semantic content of the entire lexical palette of the legal text (both national words and legal terms). Objectively, it seems necessary to proceed from the subtleties of the context when analyzing the meanings of pretermines. The material for testing the method of continuous lexicological analysis of the text of the law was the words and phrases from the first section of the Resolution of the Board of Administration of the Kemerovo Region "The procedure for using images and (or) names of architectural and historical symbols of the Kemerovo region and verbal symbols of the Kemerovo region, as well as words derived from them". Lexemes with the root of the word-are considered in the aspect of evolutionary legalization (historical-diachronic aspect). When updating the lexical-quantitative method, counting the lexemes included in a particular text of a legislative article, elements of a computer program were used GSgen.RU. The model of the evolutionary legal system of the national vocabulary developed by us represents the process of gradual formation of the legal semantics of the national vocabulary. Legal terms are both specialized language units and language units that preserve in their "genetic code" its general national properties: multiplicity, variability and potential dynamics, irreducibility to one single meaning.

**Key words:** anti-corruption expertise, jurilinguistics, evolutionary jurization, "pro-stop" legal language, pre-terms, historical symbols, Kuzbass.

**Введение.** Использование языка имеет решающее значение для любой правовой системы. В настоящее время вопрос сложности юридического языка и терминов в свете антикоррупционной экспертизы стоит наиболее остро [1-2].

Повышение эффективности борьбы с коррупцией оправдано чрезвычайно высокой степенью общественной опасности этого социального явления. Это касается сферы управления, в которой решения принимаются в форме правовых актов. Экспертные знания в области борьбы с коррупцией должны не только учитывать тему правового регулирования, но и обладать широким спектром знаний из смежных областей научного знания, чтобы минимизировать коррупциогенные риски, в том числе «юридико-лингвистическую» неопределенность предтерминов.

Современный этап борьбы с коррупцией обозначил Федеральный закон от 25.12.2008 N 273-ФЗ «О противодействии коррупции». В числе коррупциогенных факторов назван следующий - «юридико-лингвистическая неопределенность - употребление неустоявшихся, двусмысленных терминов и категорий оценочного характера» [3]. В связи с возрастающим значением антикоррупционной экспертизы тонкости в юридической терминологии, связанные со спецификой трансформации смыслов, приобретают особую актуальность.

Целью работы является оценка «юридико-лингвистической» неопределённости юридического текста с помощью методики сплошного лексикологического анализа текста закона.

**Материалы и методы исследования.** Материалом для апробации новой методики сплошного лексикологического анализа текста закона послужили слова и словосочетания из первого раздел Постановления Коллегии Администрации Кемеровской области «Порядок использования изображений и (или) наименований

архитектурно-исторических символов Кемеровской области и словесных символов Кемеровской области, а также слов, производных от них» (от 10 марта 2010 г. № 101) [4]. При актуализации лексико-квантитативного метода, подсчёте лексем, использовались элементы компьютерной программы GSGen.RU [5].

**Обсуждение результатов исследования.** Сплошной лексикологический анализ имеет практическую значимость, связанный с экспертизой текстов законопроектов на их доступность, ясность однозначность толкования, а также с антикоррупционной экспертизой. В исследовании построена модель формирования русской юридической терминологии представляет собой схему анализа выделенных лексических единиц, организованных по шкале «юридизация лексического значения» и соответствует стадиям формирования юридического значения слова.

Лексический массив изучаемой статьи представлен разнородными словами и словосочетаниями общенародного и юридического языков, а именно:

**Служебные слова:** «а», «во», «либо», «об», «в», «по», «о», «и/или», «и», «также», «не», «с».

**Местоименные слова:** «его», «них»;

**Предикативные комплексы и связки с элементами юридического содержания:** «разработан во исполнение Закона Кемеровской области»; «не распространяется»; «в целях урегулирования использования»; «не допускается использование»; «не отвечающий настоящему Порядку»; «нарушающие права человека»; «затрагивающие»; «противоречащие государственным или общественным интересам»; «оскорбляющие национальные и религиозные чувства граждан»; «способные нанести ущерб репутации органов государственной власти Кемеровской области»; «оскорбляющие патриотические чувства жителей Кемеровской области»; «нарушение настоящего Порядка влечет административную ответственность»;

**Слова и связки общенародного употребления:** «способные», «настоящий», «использование», «наименование», «архитектурно-исторические сооружения»; «художественное оформление»; «праздничные»; «памятные» и т.д.

**Околоюридические лексемы:** «честь»; «достоинство»; «репутация»;

**Предтерминологические лексемы и словосочетания (эту группу составляют лексемы, представленные в юридической литературе, но не нашедшие в ней однозначного определения):** «граждане», «административный порядок»; «исполнение»; «права»;

**Собственно юридические лексемы и словосочетания:** «исполнительная власть», «правонарушения», «нарушение», «государственные органы»;

**Юридизированные собственные имена (номенклатурная лексика):** «Постановление»; «Администрация»; «закон»; «закона» и др.

Лексемы «честь» и «достоинство» встречаются в подразделе 1.3. В нём даётся детальное описание ситуаций, при которых не допускается использование названных изображений и (или) наименований архитектурно-исторических символов Кемеровской области и словесных символов Кемеровской области, а именно: в интерпретированном виде, не отвечающем настоящему Порядку; в сочетании с изображением и текстом, нарушающими права человека, затрагивающими его честь и достоинство, а также противоречащими государственным или общественным интересам и оскорбляющими национальные и религиозные чувства граждан; на предметах, способных нанести ущерб репутации органов государственной власти Кемеровской области либо оскорбляющих патриотические чувства жителей Кемеровской области.

Семантика слов «честь», «достоинство» сохраняет в этом тексте дискурсивные характеристики своего предшествующего функционирования как в общенародных дискурсах, так и в специальных, и в сугубо юридических. Вместе с тем нельзя не отметить, что названные лексемы входят в новый контекст, а именно: *«Не допускается использование изображений и (или) наименований архитектурно-исторических символов Кемеровской области и словесных символов Кемеровской области: в интерпретированном виде, не отвечающем настоящему Порядку; в сочетании с*

изображением и текстом, нарушающими права человека, затрагивающими его честь и достоинство...» [http://docs.cntd.ru/document/990309924]. В контексте реализуется смысл возможного нанесения ущерба репутации органов государственной власти Кемеровской области либо оскорбляющих патриотические чувства жителей Кемеровской области.

Лексема «достоинство» актуализирует такие смысловые комплексы, как «нематериальное благо человека»; «принадлежность гражданину от рождения или в силу закона»; «неотчуждаемость и непередаваемость иным способом»; «критерий отношения государства к личности»; «правовой статус личности»; «охраняется государством» (юридические дискурсы); «высшая социальная ценность»; самооценка собственных качеств и способностей»; «уважение и самоуважение человеческой личности»; «определенное поведение, чтобы эта самооценка не стала ниже»; «осознание собственной высокой ценности как личности или как члена социальной группы других людей» (художественные дискурсы, публицистические дискурсы, юридические дискурсы и др.).

В свою очередь смысловое наполнение лексемы «честь» и в региональном законодательном акте формирует книжную стилистику и открывается следующими смысловыми признаками: «нематериальное благо человека»; «общественная оценка личности»; «мера духовных и социальных качеств гражданина»; «личность»; «достоинство» («личное», «профессиональное», «военное» и т.п.); «принадлежность от рождения»; «нередаваемое» (юридические дискурсы); «честное имя»; «почет»; «уважение»; «сознание себя членом социальной группы других людей»; «репутация»; «доброе имя»; «соблюдение определённых, принятых той или иной социальной группой морально-этических правил»; «соответствие поведения правилам, чтобы самооценка человека или его оценка со стороны других людей этого социума не стала ниже» (публицистические дискурсы, художественные дискурсы, поэтические дискурсы и т.п.). При этом дополнительными смыслами оказываются семы «использование», «изображений и (или) наименований», «архитектурно-исторических символов», «Кемеровской области», «репутация жителей Кемеровской области».

Приведены диаграммы, описывающие частоту встречаемости групп слов по признаку их «юридизированности», Рис.1, Рис.2.



Рис.1. Лексемо-словарная статистика



Рис.2. Лексемо-текстовая статистика

**Заключение.** Разработанная нами модель эволютивной юридизации общеправовой лексики представляет процесс постепенного становления юридической семантики общеправовой лексики. Юридические термины являются одновременно и специализированными языковыми единицами, и единицами языка, сохраняющими в своём «генетическом коде» его общеправовые свойства: многозначность, вариативность и потенциальную динамику, несводимость к одному единственному значению.

### Литература и источники

1. Барциц, И.Н. Антикоррупционная экспертиза в системе эффективного правотворчества (к разработке методики проведения антикоррупционной экспертизы) // Государство и право. 2010. № 9. С. 16-25.

2. Кудашкин, А. В. Антикоррупционная экспертиза нормативных правовых актов, проводимая органами прокуратуры, - эффективное средство противодействия коррупции // Актуальные проблемы экономики и права. 2010. № 4. С. 90-95.

3. Постановление Правительства РФ N 96 “Об антикоррупционной экспертизе нормативных правовых актов и проектов нормативных правовых актов” [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://base.garant.ru/197633/> (дата обращения: 06.02.2021).

4. Порядок использования изображений и (или) наименований архитектурно-исторических символов Кемеровской области и словесных символов Кемеровской области, а также слов, производных от них: постановление Коллегии Администрации Кемеровской области (от 10 марта 2010 г. № 101); [Электронный ресурс]. — URL: <http://docs.cntd.ru/document/990309924> (дата обращения: 15.05.2018).

5. GSgen.RU – инструменты веб-разработчика [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://gsngen.ru/tools/dlina-seo-text/> (дата обращения: 08.08.2018).

УДК 811.161.1

## КОНЦЕПТНОЕ ПРОСТРАНСТВО НАИВНОГО АВТОРА В МЕМУАРНЫХ ТЕКСТАХ

*Лебедева А.С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[Gorod\\_ne\\_ysnet@mail.ru](mailto:Gorod_ne_ysnet@mail.ru)

*Данное исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ № проекта 20-412-420005 «Концептуально-ценностный анализ эпистолярного и мемуарного наследия жителей Кузбасса».*

*Соглашение с АКО № 28/2019 от 16.12.2019 г.*

В статье на примере текстов естественной письменной речи рассматривается концептное пространство и выделяются основные характеристики стиля наивного автора и смысловые доминанты.

**Ключевые слова:** естественная письменная речь, концепт, военные мемуары, наивный автор, концептосфера.

## CONCEPT SPACE OF A NAIVE AUTHOR IN MEMOIR TEXTS

*Lebedeva A.S.*

Kemerovo State University

The article examines the conceptual space using the example of natural written speech texts and highlights the main characteristics of the style of a naive author and semantic dominants.

**Keywords:** natural written speech, concept, military memoir, naive author, confettosphere.

Настоящее исследование посвящено выявлению и описанию ценностных концептов военных мемуаров наивного автора. Исследование выполнено в русле школы Натальи Борисовны Лебедевой, которая объясняет естественную письменную речь как речевую деятельность, характеризующуюся следующими признаками: письменная форма,

спонтанность, непрофессиональность исполнения, официальность бытования, отсутствие участия промежуточных лиц и инстанций между автором и адресатом [1].

Объектом исследования выступают носители естественной письменной речи - авторы военных мемуаров. В своём подходе мы придерживаемся принципа гносеологической толерантности, который был предложен Н.Б. Лебедевой, когда тексты ЕПР не оцениваются с нормативных и литературно-центрических позиций – к ним осуществляется подход как к самоценным феноменам [2]. Поэтому мы сохраняем орфографические, пунктуационные и стилистические особенности при цитировании фрагментов текста.

Предметом исследования являются ценностные концепты автора военных мемуаров.

Актуальность данного исследования обусловлена его вписанностью в проблематику теории письменной повседневной речи и лингвоперсонологии.

Целью работы является выявление ценностных концептов конкретной письменноречевой личности – автора военных мемуаров.

Материалом послужили тексты автора военных мемуаров Иванова Н. В., представленные в рукописном виде. Общий объем мемуаров Иванова Н.В. составляет 3 тетради по 96 листов.

Под «народными мемуарами» мы понимаем воспоминания людей, не относящихся к элитарному слою населения, то есть политических деятелей, полководцев, художников слова, известных людей искусства и пр. У людей возникает потребность запечатлеть свои переживания, мысли и события, вызвавшие их, что свидетельствует о большом духовном запасе «людей из народа», их высокой самоосознанности и самоуважении, стремлении осмыслить свою жизнь в больших – смыслообразующих – парадигмах [3]. Они оставляют после себя след в виде записок, которые чаще всего посвящают своим родным (детям, внукам). Воспоминания людей искренни, они стараются без каких-либо оценок показать действительность, события, которые их застали, пусть даже это были трудные времена, как война.

Авторы данного жанра отличаются возрастным признаком: это немолодые люди, имеющие определенный жизненный багаж. Они характеризуются выраженным чувством собственного достоинства, осознанием отдельности своего бытия. Авторы народных мемуаров ощущают свою принадлежность к событиям большого масштаба, а также имеют склонность к самовыражению в письменной форме [4]. В мемуарах отражаются взгляды человека на мир, в данном случае - на историю военных действий, участником которых был Иванов Н. В.

В современной лингвистике термин «концепт» используется как обозначение одной из форм репрезентации знаний о мире с позиций когнитивной семантики.

Существуют разные определения концептов. Например, «концепт – это «единица мышления, обладающая отдельным целостным содержанием и реально не разлагающаяся на более мелкие мысли, т.е. элементарная сторона внутреннего слоя»; концепт – это «познавательная психическая структура, особенности организации которой обеспечивают возможность отражения действительности в единстве разнокачественных аспектов»; концепты – это «смыслы, составляющие когнитивно базисные подсистемы мнения и знания» [5]. Большинство психологов и лингвистов характеризуют концепт как «мыслительную единицу» (ментальную), как «структуру представления знания», вербализованную в слове, словосочетании, фразеологизме и других формах. З. Д. Попова и И. А. Стернин в своей работе формулируют взаимосвязь слова и концепта следующим образом: «слово представляет концепт не полностью – оно своим значением передает несколько концептуальных признаков, релевантных для сообщения. Слово является средством доступа к концептуальному значению, и, получив через слово этот доступ, мы можем подключить к мыслительной деятельности и другие концептуальные признаки, данным словом непосредственно не названные (существующие в значении как периферийные, скрытые, вероятностные, ассоциативные семы). Слово, таким образом, как

и любая номинация, – это ключ, открывающий для человека концепт как единицу мыслительной деятельности и делающий возможным воспользоваться им в мыслительной деятельности» [6].

Перейдем к анализу ценностных концептов, которые лежат в базовом слое содержательной структуры мемуаров исследуемого нами автора.

Основным концептом у Николая Васильевича является «Соотношение личного и официального: автор - частица страны». Автор в мемуарах не описывает свою личную жизнь, семью, быт. В повествовании мало личностного изложения. Он себя осознает как единицу большого социума, как частицу страны, военных действий. Из-за этого в его повествовании преобладает местоимение «мы», а не «я»: «<...> *Пришли на ЖД. Погрузились нам говорят едим на Москву. Вечером гдето в 6-часов нас поезд... Пока поезд стоял мы кушали. Где эта Москва мы почемуто Плохо знали и представляли. Мы все беженцы. ...*» У Николая Васильевича невысокая степень эгоцентричности: ни столько «я», сколько «мы». Для человека того времени характерно не личное, а коллективистское, соборное мышление.

Второй концепт, который мы можем выделить, «Фактологичность: стремление к точности, документальности». Автор в своих мемуарах стремится всегда к точности с той целью, чтобы придать своим воспоминаниям реалистичности. Николай Васильевич на протяжении всех воспоминаний подкрепляет их цифрами, что также влияет на восприятие этих записей как на достоверную информацию. Так, например, он пишет: «*В составе 16, 18 Армии и 4-ой танковой групп. Всего 29 дивизий при поддержке воздушного флота. Была поставлена задача цель разгромить Советские войска в Прибалтике, захватить все Порты и взять Ленинград. А Москву стереть с земли и все разрушить и затопить водой. 2-я группа войск – Центр – Главное направление на Москву. В её составе 4-я и 9-я Армия, 2-я и 3-я группа Танковых войск. Всего 50 дивизий и 2 бригады при поддержке 2-го воздушного фронта*».

Третий концепт - «Критическое отношение к современной жизни». Для Николая Васильевича война – самое важное, самое яркое событие в его жизни, которое оставило след в его жизни. Война не оставила его равнодушным, поэтому он и пишет свои мемуары. В те годы, во время войны, автор ощущал важность себя: он нужен на войне, он нужен народу. Он воевал за страну, рисковал жизнью ради людей, страны. Николай Васильевич в те страшные годы знал своё место в этой действительности, от этого ему было хорошо, несмотря на все трудности той жизни. С приходом Ельцина и Горбачёва старый мир рухнул: они привели его к этому, поэтому Николай Васильевич пишет в своих воспоминаниях: «*Потом Колчак остановился в городе Красноярске, в настоящее время времен Горбачёва, Ельцина, Гайдара и других душегубов. В Иркутске поставили памятник ему – Памятник Колчака за то, что он расстрелял 3 вагона новобранцев. Где есть правда и честность о нашей советской армии, когда наши душегубы Ельцин и Гайдар и их помощники перестанут грабить и разрушать Россию*». Плохого они ему ничего не сделали, но они разрушили тот мир, в котором Николаю Васильевичу было комфортно, где он был той частичкой страны, в которой ощущал свою значимость. Поэтому он и осуждает поступки предателей: «*Большую роль сыграла Смоленское сражение с 10 июля по 10 сентября 41 года. Но, а такой, как Генерал – Власов, продал и сдал свою Армию Немцам, а сам сел на машину со своим штабом отдельных лиц и уехал к немцам*». В старой идеологии преобладал: коллективизм, соборность, честность, доброта, а «душегубы» предали все эти идеалы и провозгласили идеалами: индивидуализм, деньги, и т.д. Мир стал ему «чужим», неясным. В этом мире автору сложно найти себя, поэтому он обращается к тем годам, когда он считал, что что-то значит в этом мире, что он нужен людям. Они разрушили старый мир, ту систему ценностей, которая преобладала раньше, в комфортном для автора мире, а в новом мире автор не находит себе места, из-за этого возникает конфликт прошлого и настоящего. Автор до сих пор остался в той системе ценностей и с этой точки зрения оценивает новую. Он не может принять этот мир. На смену пришёл индивидуализм,

культ денег, а скромность стала лишь недостатком. Именно поэтом мемуары Николай Васильевич пишет о войне, о том переломном времени, когда он превратился из нужного, во что-то отчуждённое.

Подведем общий итог.

В мемуарах носителя естественной письменной речи наивного автора Н. В. Иванова выстраивается особый мир, отражающий целую эпоху страны через призму одного человека, - мир, погруженный в широкий социальный контекст. Композиция мемуаров и миромоделирующие концепты структурируют ушедшую эпоху, создавая особый мир, имеющий ценностное измерение: он наполнен мыслями автора, его оценками, отражающими его мировоззрение. Перед нами вырисовывается образ человека, который смог выстоять в сложнейшие времена и донести свою правду о труднейшем испытании своей страны в письменной форме, хотя бы для близких людей.

### **Литература и источники**

1. Лебедева Н. Б. Мемуары как письменно-речевой дискурс рядового носителя русского языка: ценностно-концептный анализ // Вестник КемГУ, 2015.
2. Лебедева Н. Б., Зырянова Елена Геннадьевна, Плаксина Наталья Юрьевна, Тюкаева Надежда Ивановна. Жанры естественной письменной речи: Студенческое граффити, маргинальные страницы тетрадей, частная записка. – М.: КРАСАНД, 2011. – С. 18.].
3. Лебедева Н.Б. Исследование естественной письменной русской речи как направление изучения языка города // Проблемы современной лингвистики и методики преподавания языковых курсов: труды междунар. научно-практ. конф. (Кемерово, 4 июля 2008 года) /ред.кол. Л. А. Араева, М. А. Осадчий; под ред. Л. А. Араевой. – Кемерово: Кузбассвузиздат, 2008. – С. 115.
4. Сухотерина, Т. П., Лебедева, Н. Б., Воронова, Н. Г., Дмитриева, Е. Ф., Панкрашова, О. С. Жанры естественной письменной речи: Народные мемуары : монография / Т.П. Сухотина, Н.Б. Лебедева, Н.Г. Воронова и др. – Барнаул : АлтГПА, 2012. – С. 24.
5. Бабушкин А. П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка. – Воронеж, 1996. – С. 15 (ссылки на работы: Чесноков П. В. Слово и соответствующая ему единица мышления. – М., 1967. – С. 173; Холодная М. А. Интегральные структуры понятийного мышления. – Томск, 1983. – С. 23; Павлиёнис Р. И. Проблема смысла: современный логико-философский анализ языка. – М., 1986. – С. 241).
6. Попова З. Д., Стернин И. А. Указ. соч. С. 21

*Научный руководитель – д-р филол. н., профессор Лебедева Н.Б., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

**УДК 004.522:343.63**

### **РЕЧЕВЫЕ ТАКТИКИ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ НА ПОНИЖЕНИЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИЕВ АНГЛИЙСКИХ И АМЕРИКАНСКИХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ)**

***Митякина О.В.***

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[olgamityakina72@mail.ru](mailto:olgamityakina72@mail.ru)

Статья посвящена выявлению речевых приемов и языковых средств реализации стратегий и тактик, используемых при дискредитации действующей власти пользователями социальных сетей. Для этого проанализированы интернет-комментарии. В ходе работы

172

использованы методы лингвистического описания и сплошной выборки. Стимулом для написания интернет-комментариев послужили публикации мэров Нью-Йорка и Лондона в сети Интернет. Интернет-пользователи, выступая в роли непрофессиональных политиков, выражают критическое отношение к проблемам, затронутым в обращениях политиков. Комментаторы представляют разные точки зрения на ситуацию и обсуждают её. Анализ комментариев показал, что авторы интернет-откликов обладают индивидуальным стилем выражения мысли, обусловленным, в первую очередь, субъективными факторами, что отражается в соответствующем ситуативном подборе слов и выражений. В работе определены тактики реализации стратегии на понижение и приёмы их воплощения. Авторы комментариев, выражая своё личное мнение, используют широкий набор приемов для манипуляции сознанием других читателей и побуждают их к принятию решений. На основе изучения содержания интернет-комментариев пользователей установлено, что языковые средства с негативной коннотацией, используемые автором комментария, формируют у читателей дискредитирующее отношение к власти.

**Ключевые слова:** стратегия, тактики, интернет-комментарий, дискредитация, манипуляция.

**SPEECH TACTICS OF IMPLEMENTATING DISCREDITATION STRATEGY  
(BASED ON THE MATERIAL OF THE INTERNET COMMENTS OF ENGLISH AND  
AMERICAN SOCIAL NETWORKS)**

*Mityakina O. V.*

Kemerovo State University

The article is devoted to speech techniques of identifying linguistic means of implementing strategies and tactics used to discredit the authorities by the social networks users. The internet comments have been analyzed. The main research methods are the method of linguistic description and the method of continuous sampling. The impetus for writing online comments was the publication of the mayors of New York and London on the Internet. The Internet users as non-professional politicians express a critical attitude to the problems raised in the mayors publications. The commentators present different points of view on the situation and discuss it. The analysis of the comments showed that the authors of Internet responses have an individual style of expressing thoughts. It is primarily due to subjective factors and reflects the appropriate situational choice of words and expressions. The tactics for implementation of the discrediting strategy and carrying methods into effect were determined. The authors of the comments, expressing their personal opinion, use a wide range of techniques to manipulate the minds of other readers and encourage them to make decisions. The study of the online comments content of users found that language means with a negative connotation, used by the author of the comment form discreditable attitude toward the authority.

**Key words:** strategy, tactics, Internet comment, discreditation, manipulation.

В настоящее время, благодаря применению информационно-коммуникационных технологий, активно осуществляется процесс коммуникации между широкими массами граждан и властью. В социальных сетях любая языковая личность имеет возможность оценить действия, предпринимаемые политиками. Анализ содержания интернет-комментариев к выступлениям политических деятелей свидетельствует о снижении доверия к власти, и в связи с этим проблема дискредитации действующей власти представляется значимой. Научный интерес представляют языковые средства и речевые приемы, реализующие стратегию на понижение действующей власти в интернет-комментариях, интерпретированные в лингвоперсонологическом ключе.

Материал исследования – интернет-комментарии пользователей к публикациям мэров Лондона и Нью-Йорка на официальных страницах социальных сетей Twitter и Facebook. В обращениях политиков затронута тема инвестиций в экономику в постковидное время.

В своём обращении мэр Лондона объявляет о решении инвестировать в экономику города, чтобы вернуть рабочих и туристов в Центральный Лондон, так как экономика

сталкивается с огромными проблемами из-за спада туризма и удаленной работы [www.facebook.com/sadiqforlondon/posts/288722982610473].

**Mayor of Sadiq Khan:** *We have to be bold and innovative in our vision for a post-COVID London. As Mayor, I'm investing £6 million to get people back into central London's world-leading cultural attractions, restaurants and retail businesses when COVID restrictions are lifted.*

На странице в Твиттере Билл де Блазио призывает жителей Нью-Йорка инвестировать в экономику города, чтобы сократить дефицит городского бюджета, вызванного COVID-19 [https://twitter.com/NYCMayor/status/1324347429290942464].

**Mayor Bill de Blasio:** *We're facing the greatest crisis since the Great Depression. And we got out of that by being BOLD. Austerity won't work. It never does. The New Deal proved that investment is the only way out. Invest in our economic engines. Invest in New York City.*

В выступлениях обоих политиков мы выделили как идентичные, так и специфичные средства языковой манипуляции. Среди идентичных языковых приёмов – «МЫ-инклюзивное» и лексический материал. По мнению О. Л. Михалевой, «семантическая размытость МЫ-инклюзивного создает предпосылку для манипулирования сознанием слушающего в политическом дискурсе» [1, с. 84]. В своих коротких публикациях в социальных сетях Садик Хан и Билл де Блазио употребляют местоимения *мы*, подчеркивая своё единение с народом. Лексема *bold* придаёт эмоциональную окраску обоим выступлениям, так как в сознании человека это слово ассоциируется с решимостью, храбростью, риском. Цель политиков - сделать свою речь понятной и близкой широкой массе граждан. Доступное изложение темы поможет вызвать желаемую реакцию и завоевать доверие и поддержку аудитории.

В выступлениях каждой из сторон есть и свои особенности. Британский мэр использует местоимение *я*, что свидетельствует о его твердом намерении помочь своему городу и представляет его в выгодном свете. Словосочетание *As Mayor* имеет несколько оттенков значения. С одной стороны, оно отдаляет политика от народа (он собирается все сделать самостоятельно), с другой – такое отделение себя от народа закономерно обусловлено. В качестве мэра он обладает полномочиями и осознает всю меру ответственности за свои действия. А значит, полностью готов соответствовать своему статусу. Билл Де Блазио использует аргументативный прием, ассоциируя себя с прецедентной личностью Теодора Рузвельта. Как известно, программы и реформы администрации президента, разработанные с целью преодоления последствий Великой депрессии, имели успешный исход.

Эффективность достижения коммуникативной цели политического дискурса можно проследить, исследуя интернет-комментарии, в которых формируется отношение к личности политика. Согласно Т. Д. Богачановой, «пользователи комментируют как саму личность, так и обозначенные действия» [2, с. 125]. Анализ содержания интернет-комментариев позволил выявить преобладание стратегии на понижение. Она реализуется с помощью определенных тактик: анализ-«минус», оскорбление, обвинение. Рассмотрим ряд комментариев, в которых реализуется тактика **анализ-минус** (выражение отрицательного отношения к людям, действиям и поступкам).

#### **Отклики на текст-стимул мэра Лондона.**

**Betty Otieno:** *There is no need to launch a campaign just advertise the jobs and people will apply. Another waste of tax payers' money, if you ask me! - Нет необходимости запускать кампанию, разместите объявления о вакансиях, и люди будут подавать заявки. Еще одна трата денег налогоплательщиков, если хотите знать!* (здесь и далее перевод наш – О. М.) Автор передает свое отношение к мэру через употребления слов с негативной коннотацией: *no, waste*; разговорного выражения *if you ask me*.

**Roger Evans:** *Must be getting near voting time opening up after COVID and yesterday building council houses must think Londoners were born yesterday. - Должно быть, приближается время голосования после COVID и совет по финансированию Программы Building Council Homes for Londoners, должно быть, считает, что лондонцы родились вчера.* Комментатор выражает своё негативное мнение как о политике, который

недооценивает жителей Лондона, так и его действиях. Фразеологизм *Londoners were born yesterday* означает наивность субъекта, а безагенсная модальная конструкция – негативное отношение комментатора к действию.

**Отклики на текст-стимул мэра Нью-Йорка.**

**Peter Burka:** *You invested in even more cops. Resign - Вы вложили в полицейских еще больше. В отставку.* Комментатор высказывает предположение о расходовании бюджетных средств не по назначению, использует императив *Resign* с целью побуждения других участников коммуникации к действию.

**Michael Anthony:** *I will increase my investments in NYC when you are run out of office. This city cannot survive another mayor like you - Я увеличу свои вложения в Нью-Йорк, когда у Вас закончится срок пребывания на посту. Этот город не сможет пережить другого мэра вроде Вас.* В комментарии передается эмоциональное состояние автора с помощью глагола *survive*, а придаточное предложение *when you are run out of office* соответствует по сути короткому *Resign* (в отставку). Ирония, которая передается с помощью негативной конструкции *cannot survive*, сравнение *another mayor like you* способствуют раскрытию авторского мироощущения, выявляя субъектно-оценочное отношение комментатора.

В следующих комментариях присутствует тактика **обвинения**, которая реализуется языковыми средствами с негативным компонентом.

Проанализируем **отклики на текст-стимул мэра Лондона.**

**Lowell Walker:** *Cancel Silvertown Tunnel! You're wasting BILLIONS on that only so there can be even more traffic in London- Отмените строительство туннеля в Сильвертауне! Вы тратите МИЛЛИАРДЫ на это только для того, чтобы в Лондоне было еще больше транспорта.* Об эмоциональном состоянии автора можно судить по семантическим средствам, которые он использует в комментарии. Императив, написание слова прописными буквами придают важность сообщаемой информации и способствуют достижению необходимого иллюкутивного эффекта.

**John Smith:** *You bankrupted tfl you must go before 06 may or will be booted out!!!*

*#KHANOUT - Вы обанкротили оператора транспортной системы столицы Великобритании Transport for London !!! Вы должны уйти до 6 мая, иначе вас выгонят !!!* Комментатор, используя повтор, знаки пунктуации, лексические средства с негативным оценочным компонентом, открыто выражает своё отношение к действиям мэра. Использование хэштега позволяет выделить главную мысль сообщения.

**Отклики на текст-стимул мэра Нью-Йорка.**

**Joshua Robert:** *The great irony here is that last week you were thinking about PREVENTING a guy with \$14 billion who wanted to invest in NYC from doing so. Why did you give Steve Cohen such a hard time? You should have rolled out the red carpet, but you had an agenda. - Великая ирония заключается в том, что на прошлой неделе Вы препятствовали парню с 14 миллиардами долларов, который хотел инвестировать в Нью-Йорк. Почему Вы создали такие проблемы Стиву Коэну? Вам следовало расстелить красную ковровую дорожку, но у Вас были другие планы.* Эмоциональную окраску речи автора придают лексема *PREVENTING*, написанная прописными буквами, просторечное слово *guy*. Приём диалогизации монологической речи фокусирует внимание адресата на проблеме инвестиций. Употребляя прецедентное выражение *the red carpet*, означающее пышную встречу, автор обвиняет де Блазио в бездействии, говоря о том, что ему следовало бы с радостью принять предложение Коэна, но у мэра, оказывается, был свой план. Такое выразительное стилистическое средство подчеркивает противоречие между призывом мэра вкладывать деньги в экономику города и его настоящими действиями.

**Art Thompson:** *The more investment equals more opportunity for Chirlane to dip her beak (Чем больше вложений, тем больше возможностей для Чирлейн засунуть руки в чужой карман).* Фразеологизм *dip her beak* выражает негативный оценочный компонент с целью унижить мэра, обвинив не только его, но и членов его семьи в том, чему нет доказательств.

Тактика **оскорбления** реализуется в ряде комментариев, которые содержат целый ряд инвектив, представленных лексическими единицами с отрицательными коннотациями.

**Отклики на текст-стимул мэра Лондона.**

**Abu Mariam:** *What a useless mayor* - Какой бесполезный мэр. **Nicholas Rooke:** *By December Sadiq Khan the worst London mayor ever* .- К декабрю Садик Хан стал худшим мэром Лондона за всю историю. **Ali Khawaja:** *No vote for this stupid* – Не голосуйте за дурака **Hassan Kassem:** *What a freaking clown. Pure trash this guy is* – Помешанный клоун. Это парень - чистейший хлам

**Отклики на текст-стимул мэра Нью-Йорка.**

**Rob Taub:** *Have you ever ridden the subway with us little people. Despot* - Вы когда-нибудь ездили в метро с нами, маленькими людьми. *Despot* **Nick:** *Worst mayor in NY history* . - Худший мэр в истории Нью-Йорка.. **PaSwede:** *My sense is that De Blasio is freaking out* . - Я считаю, что Де Блазио сходит с ума.

В комментариях авторы пытаются по-своему интерпретировать информацию. Пренебрежительный, ироничный тон достигается посредством таких выразительных средств, как фразеологизм *is freaking out*, лексемы с негативной оценкой *Worst, Despot, useless, stupid*, инверсии *Pure trash*. Использование таких приёмов способствует достижению манипулятивных целей авторов и указывает на уничижительное отношение к мэру.

Итак, в откликах применяются одни и те же приемы, чтобы указать на недостатки мэров. Языковые средства с критическим оценочным компонентом формируют у читателей негативный образ власти. Эффективность применения стратегии на понижение достигается с помощью речевых тактик анализ-«минус», обвинения и оскорбления. Данные тактики реализуются посредством негативного образа, пренебрежительного тона, иронии. Речевые средства, используемые комментаторами, представляют собой широкий набор приемов для манипуляции сознанием читателей и побуждения их к принятию решений.

### Литература и источники

1. Михалева О.Л. Политический дискурс: Специфика манипулятивного воздействия. - М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. -256 с.
2. Богачанова, Т. Д. Метаязыковой потенциал интернет-комментариев политического характера //Филологические науки. Вопросы теории и практики. - Тамбов: Грамота, 2020. Том 13. Выпуск 7. doi.org/10.30853/filnauki.2020.7.22

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

УДК 005.21:332.14

## СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЛЕГИТИМИРУЮЩИХ СТРАТЕГИЙ И ТАКТИК В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПОЛИТИКОВ

*Силкова М.А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[maria.silkova@mail.ru](mailto:maria.silkova@mail.ru)

Современные социальные сети открывают новые возможности и составляют неотъемлемую часть современной жизни. Именно поэтому они обладают таким влиянием на многие сферы человеческой деятельности, в том числе политическую. В данной работе

176

предпринята попытка произвести сопоставительный анализ легитимирующих стратегий и тактик в политическом дискурсе региональных политиков Германии и России: министра-президента Баварии Маркуса Зёдера и губернатора Кемеровской области Сергея Евгеньевича Цивилева. Материалом для исследования являются видеообращения политиков к гражданам региона о введении ограничительных мер, вызванных началом пандемии COVID-19, а также комментарии к ним, размещенные в социальных сетях Facebook и Instagram. Методы исследования представлены методом лингвистического описания, методом сплошной выборки и методом сопоставления. В ходе исследования политического дискурса региональных лидеров двух стран выявлены стратегии и тактики, использованные для легитимации принятых политических решений в условиях, вызванных пандемией COVID-19, а также определена степень их эффективности. На основе полученных данных проведен сопоставительный анализ.

**Ключевые слова:** политическое решение; легитимация; стратегия; тактика; региональный политик; интернет-комментарий.

## COMPARATIVE ANALYSIS OF LEGITIMATING STRATEGIES AND TACTICS IN THE POLITICAL DISCOURSE OF REGIONAL POLITICS

*Silkova M.A.*

Kemerovo State University

Social networks open up new opportunities and form an integral part of modern life. That is why they have such an influence on many spheres of human activity, including political. This paper deals with the comparative analysis of the legitimizing strategies and tactics in the political discourse of regional politicians in Germany and Russia: the Minister-President of Bavaria, Markus Söder and the Governor of the Kemerovo Region, Sergei Evgenievich Tsivilev. The material for the study is presented by the video messages of both politicians to the citizens concerning the introduction of restrictive measures caused by the outbreak of the COVID-19 as well as comments posted on social networks Facebook and Instagram. The research methods are performed by the method of linguistic description, the method of continuous sampling and the method of comparison. While studying the political discourse of the regional leaders, the strategies and tactics used to legitimization of the political decisions, made in the conditions caused by the COVID-19 pandemic were identified and the degree of their effectiveness was determined. Based on the data obtained, a comparative analysis was carried out.

**Key words:** political decision; legitimation; strategy; tactics; regional politician; internet commentary.

В современном мире социальные сети используются не только в качестве рупора политиков и партий, но и как платформы для обсуждения политических тем пользователями Интернет. Рассмотрим публикации министра-президента Баварии Маркуса Зёдера в Facebook [<https://www.facebook.com/watch/?v=218094942620622>] и губернатора Кемеровской области Сергея Евгеньевича Цивилева в Instagram [<https://www.instagram.com/p/B-ZxEtsifqe>]. В обоих выступлениях можно выделить две цели: главную (скрытую) – легитимировать политические решения и второстепенную (явную) – сообщить адресату о принятых решениях. При анализе видеообращения М. Зёдера выявлено, что для легитимации принятых им решений были использованы стратегия театральности (тактика информирования, тактика уговаривания и тактика обещания) и стратегия на повышение (тактика неявной самопрезентации, тактика создания «своего круга», тактика размежевания, тактика отвода критики). Обращение начинается информативно-констатирующим сообщением: *Ab heute gelten einschneidende Maßnahmen des öffentlichen Lebens in Bayern.* — С сегодняшнего действуют радикальные меры общественной жизни Баварии (здесь и далее перевод наш — М. С.). Политик готовит адресата к восприятию информации о мерах, предпринятых для предотвращения

масштабного развития эпидемии. Инверсия в высказывании свидетельствует об эмоциональном состоянии политика. Позиционируя себя как «своего», политик обращается к жителям Баварии, находясь в одном из складских помещений. Он сигнализирует адресату, что лично вовлечен в решение проблемы: *Im Hintergrund sehen Sie grade, dass ich in einem großen Verteilzentrum bin. — На заднем плане Вы видите, что я нахожусь в огромном складском помещении.* Простота и образ «своего парня» актуализируются пассивной конструкцией *sein + zu* и усеченной формой слова *hab'*, что специфично для разговорной речи: *Viele Geschäfte sind zu; Das ist die größte Veränderung des öffentlichen Lebens in Bayern, die ich persönlich erlebt hab'; Wir sorgen auch dafür, dass es klappt; — Многие магазины закрыты; Это самое большое изменение общественной жизни в Баварии, которое коснулось меня лично; Мы позаботимся о том, чтобы все получилось.* Лексема *persönlich* сообщает адресату, что изменения, связанные с коронавирусом, не обошли и министра-президента. У адресата возникает ощущение сопричастности политика к проблеме. Министр-президент задействует эмоциональную сферу мышления людей, употребляя в данном примере прилагательное *groß* в превосходной степени, что вызывает тревогу в сознании адресата и помогает политику достичь нужный перлокутивный эффект.

*Мы*-инклюзивное сообщает, что политик и жители Баварии имеют общую цель: *Wir müssen die Infektionsketten reduzieren und verlangsamen. — Мы должны сократить цепочку заражения и замедлить темп заболевания.* М. Зёдер использует медицинскую метафору (*die Infektionsketten reduzieren und verlangsamen*), чтобы показать, что он владеет фактическим материалом. Местоимение *мы* выполняет также функцию размежевания: *Wir sorgen für die entsprechende Versorgungslage der Bevölkerung — Мы заботимся о том, чтобы население было обеспечено товарами.* М. Зёдер отождествляет себя с властью, демонстрируя ответственность за жителей региона. В следующей фразе личное местоимение *ich* отражает субъективное желание политика побудить людей действовать обдуманно: *Ich bitte darum, klug zu reagieren — Поэтому прошу реагировать разумно.*

Модальные глаголы в речи политика служат для убеждения адресата в необходимости действовать в соответствии с решениями правительства: *Nur noch rausgehen, wenn man etwas kaufen muss, sich versorgen muss oder, wenn man anderen helfen will. — Выходить только тогда, когда нужно купить что-то или помочь кому-нибудь.*

Для наибольшего воздействия политик диалогизирует свою речь: *Warum? Weil ich darum bitte, klug zu reagieren. Klug zu reagieren heißt, keine Panik zu haben, besorgt zu sein und den Empfehlungen zu folgen. — Почему? Потому что я прошу реагировать разумно. Реагировать разумно — означает, не подвергаться панике, быть осторожными и следовать рекомендациям.*

М. Зёдер частично снимает с себя ответственность за принятые решения, используя безагенсные предложения: *Die einzige Möglichkeit ist, diese, ja soziale Leben herunterzufahren. — Единственная возможность — снизить социальную активность.*

Для смягчения императива использована лексема *bitte*: *Deswegen bitte mitmachen — Поэтому, пожалуйста, помогите.*

В конце видеообращения М. Зёдер выражает уверенность в совместных усилиях, используя лексему совместности *gemeinsam* и модальный глагол *wollen*, выражающий твердое намерение: *Wir wollen ihn gemeinsam bestehen. — Вместе мы его преодолеем.*

Перейдем к анализу видеообращения губернатора Кемеровской области С. Е. Цивилева. Выделены персуазивные стратегии и обслуживающие их тактики: стратегия театральности (тактики информирования и уговаривания), стратегия на повышение (тактики создания «своего круга», размежевания и отвода критики).

Выступление политика записано на фоне карты с обозначением очагов заболевания. Губернатор начинает обращение с констатирующей информации, воздействуя одновременно на эмоции и логику реципиента (стратегия театральности, тактика информирования): *Новая коронавирусная инфекция — это огромная угроза для всего человечества. Мы видим, как растет заболеваемость во многих развитых странах. У нас*

коронавирусом пока заболели три человека. Двое из них успешно выздоровели и уже выписаны домой. Несколько человек лежат в больницах с подозрением на коронавирус. Но несмотря на это динамика распространения болезни вызывает у нас большую тревогу за жизни людей. При помощи лексем угроза, тревога и эпитетов огромная, большая губернатор воздействует на одну из базовых эмоций человека – страх. С этой же целью политик манипулирует статистикой, используя прием плюрализации (для всего человечества; во многих развитых странах; заболели три человека; двое из них). Политик прибегает к метафоре (растет заболевание) и оперирует медицинской лексикой (динамика распространения болезни). Губернатор манипулирует абсолютными ценностями, такими как здоровье и забота о ближнем: *От действий каждого из вас зависит здоровье всех жителей Кузбасса, в том числе самых близких Вам людей: ваших родителей, бабушек и дедушек.* Страх за жизнь и здоровье близких людей может заставить реципиента легитимировать решения власти.

Губернатор использует мы-инклюзивное для выражения сопричастности к решению всеобщей проблемы Кузбасса: *Мы видим, как растет заболеваемость; у нас «..» коронавирусом пока заболели три человека; наши врачи делают все, чтобы защитить здоровье и жизнь каждого человека.* В то же время мы используется политиком как прием размежевания. Цивилев С. Е. отделяет себя от народа, показывая, что он - представитель власти и несет ответственность за жителей региона: *Мы используем все доступные ресурсы, инструменты и возможности; ...мы вводим в Кузбассе временный режим самоизоляции для всех граждан.*

Уход от ответственности реализуется употреблением безагенсных конструкций: *с сегодняшнего дня рекомендовано не покидать квартиру или дом.* Губернатор ссылается на мнение специалистов, приводит в пример другие регионы: *По совету специалистов и по примеру других регионов России сегодня мы вводим в Кузбассе временный режим самоизоляции для всех граждан.* Предикативы и императивы воздействуют на разум реципиентов: *Сегодня очень важно проявить сознательность; Не выходите из дома без крайней необходимости.*

Заключительные этикетные фразы порождают доверие и уважение со стороны широких масс [2, с.150]: *Огромное спасибо. Берегите друг друга.*

Легитимность политических решений проявляется в одобрительной реакции населения. Эффективность выбранных стратегий и тактик в видеообращениях политиков проанализирована в интернет-комментариях пользователей сети Интернет.

Легитимация политических решений М. Зёдера проявляется в откликах на лексическом уровне (мелиоративная лексика, лексемы одобрения, благодарности, этикетные формы вежливости), синтаксическом уровне (средства экспрессивного синтаксиса), а также визуализируется графически (прописные буквы). Приведем примеры: *Vorbild – образец; Sehr geehrter Herr Söder – Уважаемый г-н Зёдер; RESPEKT für Ihre Führung – уважаю Вашим решения; Danke für die Maßnahme – спасибо за меры.* Некоторые пользователи признают, что изменили свое мнение о политике в лучшую сторону: *Von Herrn Söder habe ich nichts gehalten. Mittlerweile ziehe ich vor ihm meinen Hut und Verbeuge mich. – О Зёдере я был не высокого мнения. Между тем, снимаю перед ним шляпу и преклоняюсь* (здесь и далее орфография и пунктуация авторов сохраняется).

Комментарии несогласия с политическими решениями политика Баварии репрезентированы лексическими (пейоративы, сарказм, эмфатические конструкции) и графическими средствами (прописные буквы): *Schullen dicht Kitas dicht sehr gute Maßnahme – Школы закрыты, сады закрыты, отличные меры; UND WENN SIE NOCH SO NAHE AN DEN MÄNSCHEN WÄREN WÜSTEN SIE AUCH VON DEN PROBLEMEN DER KLRINEN LÄUTE – А если бы Вы были столь близки к народу, Вам были бы известны проблемы маленьких людей.*

«Промежуточные» комментарии носят призывный характер (лексемы *verhängen, schützen, retten*): *Lieber Herr Söder bitte verhängen sie eine Ausgangssperre! «...» Retten sie unser Land – Дорогой господин Зёдер, введите, пожалуйста. Комендантский час! «...» Спасите нашу землю; Schützen Sie Bayern und Seine Bevölkerung! – Защитите Баварию и ее население!*

В откликах на видеообращение С. Е. Цивилева комментаторы выражают одобрение словами благодарности, похвалы и сравнением с другими регионами страны, а также при помощи эмодзи: *Сергей Евгеньевич, спасибо, что закрыли места массового скопления народа, ТЦ; Огромное спасибо за вашу работу. Мне приятно слышать от родных какие мероприятия проводят с целью защиты народа. У меня есть сравнение с другими регионами. Кузбасс рулит. Вы молодцы; Хорошие слова!!* Некоторые авторы призывают других пользователей следовать рекомендациям губернатора, выражая поддержку политике и легитимируя его решения: *Covid-19 - это на самом деле очень серьезно 😊 Оставайтесь дома 🏠*

В «промежуточных» комментариях пользователи призывают губернатора к более решительным действиям: *Нужно запретить перемещение общественным транспортом из города в город даже внутри региона, минимизировать контакты таким образом.*

Большинство комментариев имеют делегитимирующее содержание, выраженное упреком: *Что вы ещё можете сделать, кроме запретов? Ничего!; Нет масок, народ бродит по улицам, антисептика нет, в монетке с 50руб за 50мл антисептик подлетел до 200руб. К чему вы готовы, уважаемые? Какая самоизоляция?*

В ходе анализа выступлений политиков выявлено следующее. Главная цель политиков – легитимация решений в условиях пандемии COVID-19. Оба политика для легитимации решений оказывают влияние на эмоциональную и логическую сферу человеческого мышления. Для этого они прибегают к одинаковым легитимирующим стратегиям и преимущественно одинаковым тактикам. Среди них выделены лексемы, вызывающие страх, медицинская лексика и метафоры, манипуляция статистикой, *мы-инклюзивное*, императивы, безагенсные конструкции. В интернет-комментариях определено, что в немецком интернет-дискурсе преобладают положительные отклики. Следовательно, применение стратегий и тактик в дискурсе немецкого политика оказалось оправданным. В русскоязычном интернет-дискурсе преобладают комментарии с негативной оценкой. Используемые стратегии и тактики оказались недостаточными для легитимации принятых решений.

#### Литература и источники

1. Михалева О. Л. Политический дискурс: Специфика манипулятивного воздействия. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. –256 с.
2. Рядчикова Е. Н., Тхакушинова Ж. Б. Речевой этикет как показатель сильной языковой личности политика // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2009. №4. с. 150-154.

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

УДК 81'373.612.2

**ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ МОНИТОРИНГ СОЦИАЛЬНОЙ НАПРЯЖЕННОСТИ  
РЕГИОНА  
Углова Д. В.**

Настоящее исследование посвящено лингвистическому изучению факторов социальной напряжённости в одном из регионов Российской Федерации (Кузбассе). Актуальность работы обусловлена ориентированностью современной лингвистики на междисциплинарные исследования, находящиеся на пересечении языка и социологии, языка и права, языка и политологии. Объектом исследования выступает категория социальной напряжённости, зафиксированная и отражённая в интернет-комментариях. Выделение в качестве источника лингвистического мониторинга интернет-коммуникации обусловлено её значимостью в формировании общественного сознания и отражении реальной социальной ситуации. В настоящее время интернет-комментарии являются открытым каналом непрямого диалога общества с властью. Лингвистический анализ подобного вида коммуникации обуславливает выделение социально-значимых констант, репрезентирующих проблемные и конфликтные зоны региона. В работе представлен анализ смысловых доминант обыденного языкового сознания, связанных с интерпретацией социальной жизни в Кузбассе: отток населения, экологическая ситуация, коррупция и бездействие власти, уровень заработной платы, проблема безработицы. Каждая из выделенных смысловых зон вербализируется определённым набором языковых и речевых средств. Разработка системных лингвистических методов выявления социально опасных зон в регионе способствует выработке профилактических мер, направленных на предупреждение и снижение социальной напряжённости в регионе.

**Ключевые слова:** лингвистический мониторинг, социальная напряжённость, социальные сети, конфликт, лингвоконфликтология

## LINGUISTIC MONITORING OF SOCIAL TENSION IN THE REGION

*Uglova D. V.*

Kemerovo State University

This research is devoted to the linguistic study of the factors of social tension in one of the regions of the Russian Federation (Kuzbass). The relevance of the work is due to the focus of modern linguistics on interdisciplinary research at the intersection of language and sociology, language and law, language and political science. The object of the research is the category of social tension, recorded and reflected in the Internet comments. The identification of Internet communication as a source of linguistic monitoring is due to its importance in the formation of public consciousness and reflection of the real social situation. At present, Internet comments are an open channel for an indirect dialogue between society and the authorities. Linguistic analysis of this type of communication determines the allocation of socially significant constants that represent problem and conflict zones in the region. The paper presents an analysis of the semantic dominants of everyday linguistic consciousness associated with the interpretation of social life in Kuzbass: population outflow, environmental situation, corruption and inaction of the authorities, the level of wages, the problem of unemployment. Each of the selected semantic zones is verbalized by a certain set of linguistic and speech means. The development of systemic linguistic methods for identifying socially dangerous zones in the region contributes to the development of preventive measures aimed at preventing and reducing social tension in the region.

**Key words:** linguistic monitoring, social tension, social networks, conflict, linguistic conflictology

Социальная напряжённость представляет собой многоаспектное явление, которое формируется в результате как языковых причин, так и социальных, психологических, политических. В научной литературе социальная напряжённость описывается в разных

аспектах, однако в большинстве случаев данный термин соотносится с понятием «конфликт». Ряд исследователей отождествляет данные понятия [1], некоторые придерживаются точки зрения, согласно которой социальная напряженность является первичной, а конфликт – вторичным [2], другая же группа утверждает, что социальная напряженность включает в себя социальный конфликт как её отдельную часть [3].

Объектом настоящего исследования является категория социальной напряженности, которая находит свое отражение в интернет-высказываниях и зафиксирована в социальных сетях. «Как уже неоднократно было отмечено представителями разных сфер знаний, интернет-комментарии являются индикатором общественного настроения массового адресата [4].

Конкретным материалом настоящего исследования являются интернет-комментарии к публикациям, размещенным на странице [sergey\\_tsivilev](https://www.instagram.com/sergey_tsivilev/?igshid=awco7anxwvll) в социальной сети «Instagram» / [https://www.instagram.com/sergey\\_tsivilev/?igshid=awco7anxwvll](https://www.instagram.com/sergey_tsivilev/?igshid=awco7anxwvll) /. Анализ ключевых слов и сочетаний, семантически связанных с понятием «социальная напряженность», позволил выделить ключевые смысловые доминанты, отражающие социальную картину региона (авторская стилистика сохранена):

### **1. Отток населения:**

- риторические вопросы и ирония: *«Я так понимаю в Кузбассе одни шахтёры химики и сталевары живут!? А остальным что покинуть Кузбассе!?!»;*
- антитеза *«Бежать надо отсюда, я, конечно, люблю Кузбасс, но чиновники сделали всё для того, чтобы бежать, а не радоваться жизни»;*
- сравнение: *«Спасибо вам за ваши разработки! Главное, чтобы такие талантливые ученые получали от государства поддержку и достойную оплату труда! Ведь за границей за такими талантами в очередь становятся и платят высокие зарплаты!»*
- гипербола: *«Люди бегут из Кузбасса. Скоро уголь добывать некому будет».*

### **2. Экологическая ситуация:**

- ирония: *«Ну наконец-то!!! Радость пришла, откуда не ждали)) Наконец-то Москва на нашем угле заработает в разы больше.. а мы будем Задышаться от угольной пыли!!!.. и жить в разрушенной экологии и уничтоженных шахтами землях.. Бежать надо отсюда и побыстрее..»;*
- антитеза: *«Ну почему, начальство будет жить лучше, а рядовым дышать угольной пылью и умирать от рака»;*
- риторические вопросы и восклицания: *«Черное небо, почему предприятия сбрасывают рано утром дрянь в воздух! Люди задыхаются от смога, по пути на работу! Какое развитие? Элементарно в тихаря травят и всем плевать!»;*
- гипербола: *«Все жители Кузбасса просят: сделайте так, чтобы было чем дышать!»;*
- устойчивые выражения: *«Дым отечества нам сладок, а дырка от бублика, всем в нагрузку»;*
- эпитеты: *«Тогда программу вводите по рекультивации! Чтобы все отработанные разрезы были закопаны, никаких отвалов и чтобы снова лесом все засадили. Уничтожили плодороднейший край! Варварским открытым способом добычи угля уничтожают плодородные леса и поля. Зверьё бедное на разрезах живет и от голода дохнет, а мы от пыли задыхаемся. Давайте лучше сельское хозяйство на наших полях бескрайних развивать».*

### **3. Коррупция и бездействие власти:**

- ирония: *«Зарплаты «выросли», бензин «не» дорожает, медицина «лучше» стала, предателей «поддерживают» со всех сторон, цены на ЖКХ стабильны и экономически обоснованны. «Счастье» жить в Кузбассе((»;*
- негативно-оценочная лексика: *«Нехило бабла осядет в карманах, а регион как был*

*в жопе, так в ней и останется»;*

- риторические вопросы: *«Цивилев ты когда угомонишься? памятники парки театры музеи едь в Питер здесь людям жрать нечего а ты миллионы на право и налево раскидываешь»;*
- метафора: *«Я в шоке, конечно, это самый выгодный и прибыльный вид коррупции, половина средств из этой суммы осядет в карманах, спасибо Царю и его свите»;*
- метонимия: *«Вот и наградите его медалью «300 лет Кузбассу» с соответствующей денежной премией, а то опять не на те груди их навешают, все по чиновникам уйдет»;*
- устойчивые выражения: *«К сожалению, пока не пнешь чиновников на местах, спустя рукава будут работать и будут дети падать в колодцы(((, «Меры только с ускорением от волшебного пенделя и работают))», «Эти миллионы просто осядут в карманах»;*
- антитеза: *«Меньше бы воровали, может что-то и развивалось... А так, как всегда, полные чьи-то карманы и отчеты на бумаге»);*
- олицетворение: *«Жалко видеть, как город умирает, как молодежь уезжает, как городские работы все делаются «лишь бы отчитаться», а за качеством никто не следит».*

#### **4. Уровень заработной платы:**

- риторические вопросы и восклицания: *«В Лесной поляне 2 сада открыли, но детей так и не приняли. Некому работать в этих садах. Может быть, пересмотрите оклады работников образования? Нужно ведь как-то поднимать престиж профессии педагога! Скоро и школы пустые стоять будут!»;*
- парцелляция: *«Нам денег. Хватает только на. Еду»;*
- ирония: *«Чего ноете? Средняя зарплата по Кузбассу 55 тысяч. Вы где циферки такие увидели в 10-15 тысяч?») Напраслину наговариваете..»*
- сравнение: *«И еще о зарплатах. В Москве курьер зарабатывает не менее 50 тысяч, а у нас шахтер в два раза меньше. Стыд и срам»;*
- олицетворение: *«Лучше бы просто остановили рост цен на продукты, лекарства, топливо, жкх итд Хотя-бы на год ведь зарплаты же не растут я уже забыл когда зарплату повышали»;*
- негативно-оценочная лексика: *«Лучше бы ЗП подняли, квиток получаем аж смешно)) 6 тонн угля стоит 12 тыс.руб и привозка 6 тыс.рублей. где их взять??? Если ЗП 13 тысяч.!!!! Кузбасс как был в ж... так и останется...»;*
- устойчивые выражения: *«Опустили ниже плинтуса профессию Шахтёр»;*
- риторические вопросы и восклицания: *«Куда смотреть в будущее??? Как будем кушать хлеб с водой!!!!!! Проблему с зарплатой в Кузбассе решите!!!!!!!!!!!!!! Сколько можно??»;*

#### **5. Проблема безработицы:**

- риторические вопросы и восклицания: *«Где вы раньше были интересно спросить??? Заводы постройте, работу людям дайте, зарплату поднимите!!!!», «Смешно до слез. Какая программа? Раздача денег. А где развитие? Где новые рабочие места? Зачем новые автобусы? Куда и на что на них ездить»;*
- оксюморон: *«То, что ковало победу для фронта, вырезали на металлолом! Зчем вообще сейчас про это говорить? Градообразующее предприятие, с такой славой угробили! Лучшие комбинат назад благоустроили! Сколько бы рабочих мест появилось!»*
- гипербола: *«То что все это делают я очень рада, но то что они строят квартиры и продают это моразм и работы нету это вообще отдельная тема, ВСЕ ОЧЕНЬ ПЕЧАЛЬНО(((»*

Выделенные смысловые доминанты способствуют определению социально-значимых смысловых блоков, которые с помощью языковых средств формируют категорию «социальная напряжённость». Обозначенные в настоящем исследовании острые социальные темы позволяют отразить типовые ситуации (проблема экологии, заработной платы, трудоустройства и т.п.) и отношение населения к ним, что способствует выявлению потенциального конфликта.

Проведённый анализ позволяет прийти к выводу о том, что в интернет-высказываниях представлены коммуникативные факторы, отражающие понятие «социальная напряжённость». Конфликтный потенциал в данных комментариях усиливается с помощью различных языковых средств (иронии, риторических вопросов, гиперболы, устойчивых выражений и негативно-оценочной лексики). Как представляется, разработка системных лингвистических методов выявления социально опасных зон в регионе способствует выработке профилактических мер, направленных на предупреждение и снижение социальной напряжённости в регионе.

#### **Литература и источники:**

1. Нагайцев В.В. Методология анализа уровня социальной напряжённости и конфликтности в социуме // Социология в современном мире: наука, образование, творчество. – Барнаул: Алтайский гос.ун-т, 2015. №7
2. Иванов О.И. Социальная напряжённость и социальный конфликт // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер.6, 2005, вып.3
3. Клиценко М.В. К вопросу о сущности понятия социальная напряжённость // Учёные записки ТОГУ. – Хабаровск, 2013. №4
4. 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. кафедры русского языка Новгородова Е.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

# МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА И ЛИТЕРАТУРЫ

УДК 37. 013

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРОИЗВЕДЕНИЙ МУЗЫКИ И ЖИВОПИСИ НА УРОКАХ РУССКОГО ЯЗЫКА КАК СРЕДСТВО РАЗВИТИЯ РЕЧИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

*Акуленко А.Л.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[any294@yandex.ru](mailto:any294@yandex.ru)

Современный образовательный процесс предусматривает возможность решать вопросы эстетического воспитания детей на уроках русского языка, использовать искусство как один из методов формирования навыка осознанного и грамотного письма. Музыка и живопись позволяют ребенку не только расширить диапазон испытываемых чувств, но и помогают описать их. На уроках русского языка появляется возможность реализации эмоционального фактора в обучении. В настоящем исследовании описаны результаты лингвистического эксперимента, связанного с описанием эвристических возможностей музыкального дискурса как способа развития творческих способностей обучающихся на уроках русского языка.

**Ключевые слова:** русский язык, музыка, искусство, школьники, творческое развитие.

## USE OF WORKS OF MUSIC AND PAINTING IN RUSSIAN LANGUAGE LESSONS AS A MEANS OF SPEECH DEVELOPMENT STUDENTS

*Akulenko A. L.*

Kemerovo State University

The modern educational process provides an opportunity to solve the problems of aesthetic education of children in the Russian language lessons, to use art as one of the methods of forming the skill of conscious and competent writing. Music and painting allow the child not only to expand the range of feelings experienced, but also help to describe them. In the Russian language lessons, there is an opportunity to implement the emotional factor in learning. This study describes the results of a linguistic experiment related to the description of the heuristic possibilities of musical discourse as a way to develop the creative abilities of students in Russian language lessons.

**Key words:** Russian language, music, art, school books, creative development.

Интерес к изучению педагогического дискурса в отечественной и зарубежной лингвистике усиливается к концу XX в. в связи с общей антропоцентрической направленностью лингвистических исследований. Вовлечение педагогического дискурса в научный оборот выделяется в частную область общего дискурса-анализа [1, 2]. Однако следует признать, что до сих пор в отечественной лингвистике нет достаточно полной картины вербального взаимодействия учителя и ученика, речевого поведения учителя на уроке, недостаточно изучены типы, жанры, категории педагогического дискурса, что определяет **актуальность** предпринятого исследования [3, 4].

**Цель** данной работы – выявление особенностей восприятия языкового материала с помощью художественного культурно-исторического комментария, в который включается знакомство с произведениями живописи и музыкальными произведениями [см. 5, 6, 7].

**Фактологическая база исследования.** Исследование проводилось на базе одной из общеобразовательных школ г. Кемерово, привлекались ученики 7 классов «А» и «Б» (всего 48 человек). Краткая характеристика 7 «А». Класс гуманитарной (филологической) направленности, у детей больше уроков русского языка и литературы, в отличие от 7 «Б» (физико-математический класс). Дети активные и готовы к сотрудничеству, в 7 «А» количество девочек превалирует над количеством мальчиков.

#### **Ход эксперимента**

До написания работы с детьми была проведена беседа о сочинении, о предстоящей работе. Дети получили список слов разных частей речи, которые необходимо задействовать при создании своего текста. Также детям были выданы репродукции картины И. Шишкина «Дождь в дубовом лесу» (1891г.), по одной на каждую парту, в процессе работы включалась аудиозапись пьесы Ю. Буцко «Целый день – дождь». Задание было таким: внимательно изучив картину и прослушав музыку, нужно составить общее представление об увиденном и прослушанном, поделиться с преподавателем эмоциями, ответить на заданные вопросы. Далее, пользуясь раздаточным материалом (список слов), дети должны были написать сочинение по картине и музыке.

В начале занятия учащимся были заданы следующие вопросы (исследователю важно задать общее направление ответов, не преследовалась цель развернутого ответа):

1. Что вы видите на картине?
12. Ответы учащихся:
  - *Грязь кругом, размыло дорогу.*
  - *Светлое небо.*
  - *Красивый лес и пару под зонтиком.*
2. Что бы вы ощутили, если бы оказались героем этой иллюстрации?
13. Ответы учащихся:
  - *Мне было бы весело.*
  - *Я бы бегом бежала домой.*
  - *Я бы стал под деревом и переждал бы дождь.*
3. Что вы услышали в этой музыке? Какие эмоции появились у вас после прослушивания пьесы?
14. Ответы учащихся:
  - *Мне было с начала страшно, грустно, а потом светло и приятно.*
  - *Музыка светлая, но грустная в начале, но радостная в конце.*
  - *Я слышу, как капает дождик.*
4. Совпадает ли настроение, переданное музыкой с настроением картины?
15. Ответы учащихся:
  - *Мне от картины было весело, а от музыки грустно.*
  - *Тот прохожий, который идет один, мне кажется эта музыка про него.*
  - *Как будто передний план картины грустный, как в музыке, а дальше светлый фон, дождь заканчивается, и музыка становится веселее.*
5. Совпадает ли ваше ощущение от просмотра картины с ощущением после прослушивания музыки?
16. Ответы учащихся:
  - *Скорее нет, чем да. Картина интереснее.*
  - *Музыка помогла мне перенестись в картину.*

- *Да, совпадает, я так и представляла сюжет. Он немного мрачный.*

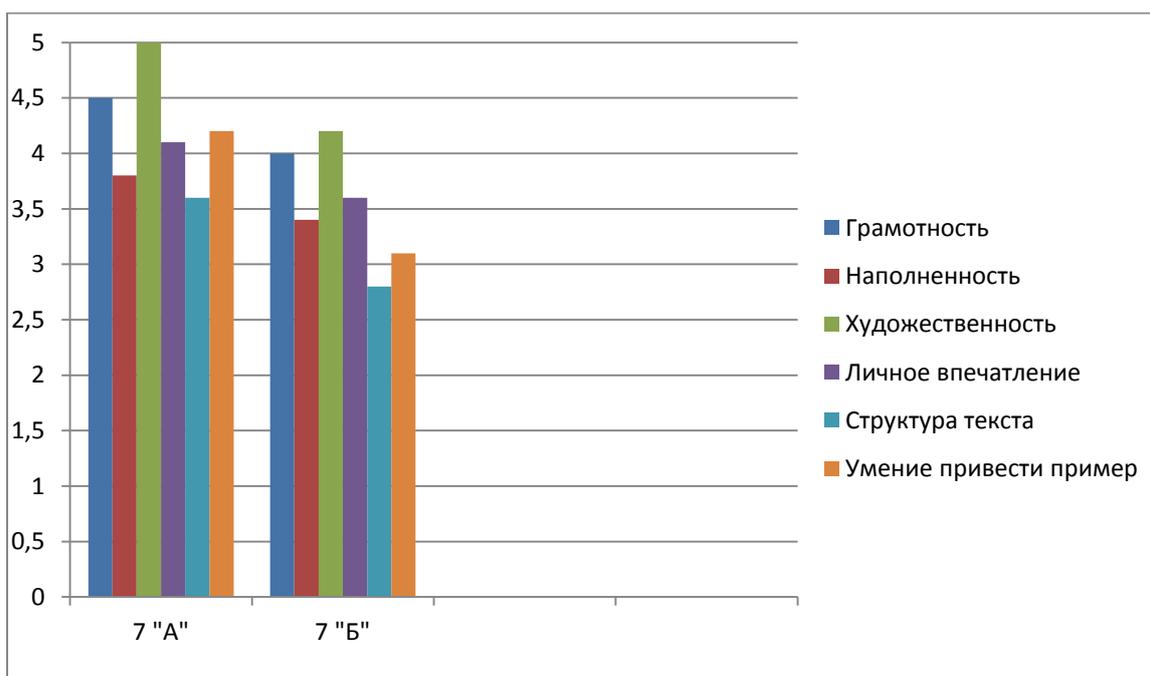
#### **Результаты исследования.**

Исследователи брали следующие показатели, по которым оценивались ответы обучающихся.

1. Грамотность
2. Наполненность, наличие смысловой ценности
3. Художественность речи (выразительность речи)
4. Личное впечатление
5. Сохранение структуры текста, логичность излагаемого материала
6. Умение ребенка привести свои примеры (из литературы или личного жизненного опыта)

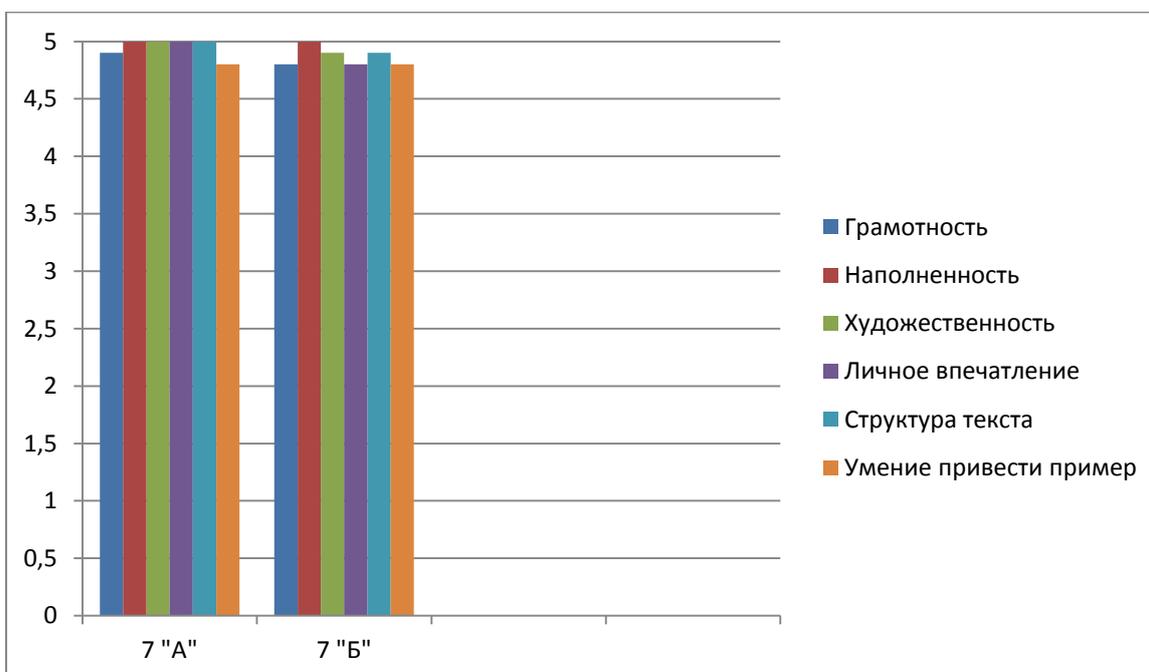
На основе полученных работ был сделан анализ. По каждому из шести критериев были выставлены баллы (от 0 до 5), а далее вычитывалось среднее значение.

На диаграмме №1 (данные на основе работ детей до проводимого исследования) мы отмечаем хорошие показатели, особенно в классе с гуманитарным уклоном. Самым низким показателем стала структура текста и наполненность, поэтому на эти два фактора исследователи обращали особое внимание учеников. Структура текста была обговорена, а наполненность дети «скорректировали» сами во время обсуждения материала. На диаграмме № 2 отражены данные после написания сочинения с исследователем. Все показатели стали выше, работы получились значительно полнее и интереснее.



*Диаграмма №1*

*Результаты до проведения исследования*



*Диаграмма №2*

*Результаты после проведения исследования*

Применение разных способов восприятия материала приводит к более качественным работам, данный вид работы позволяет лучше направить ребенка, помочь разработать план написания сочинения, выработать с детьми алгоритм действий. В дальнейшем предполагается работа над тем, чтобы обучить школьников написанию сочинений разных жанров [8].

Таким образом, умелое привлечение к работе художественных и музыкальных произведений помогает обучающемуся полнее выразить свои эмоции, чувства, воссоздать образы, возникающие в его сознании при восприятии музыкального и живописного произведения, и в целом, написать более качественную работу. Педагог должен методически проработать систему стратегий и тактик, используемых на каждом этапе обучения, с тем, чтобы помочь ребенку в обучении, добавить различные методы и способы обучения, привлечь техническое обеспечение (мультимедиа).

#### **Литература и источники**

1. Геро, И. К. Активизация речевой деятельности учащихся на уроках русского языка в 5-7 классах средствами живописи и музыки: Дис. ... канд. пед. наук. – Москва, 2017 – 293 с.
2. Кулаева, Г.М. Воспитание языкового эстетического идеала при обучении русскому языку / Г.М. Кулаева // Русский язык в школе. – 2004. - № 6. – С. 3-8.
3. Левушкина, О.Н. Текст и культура / О. Н. Левушкина // Материалы к урокам русского языка и занятиям элективных курсов. – М.: ГАОУ ВПО МИОО, 2012. – 239 с.
4. Литневская, Е. И. Методика преподавания русского языка в средней школе / Е. И. Литневская, В. А. Багрянцева. – М.: Академический проект, 2006. – 588 с.
5. Львов, М. Р. Родной язык как средство становления духовного мира личности / М.Р. Львов // Научно-методическое обеспечение процесса обучения русскому языку в школе и вузе: материалы международной научно-практической конференции (15-16 марта 2001 г.). – М.: МПГУ, 2001. – С. 8-10.
6. Мишати́на, Н. Л. Работа с эмоциональными концептами в системе развития речи / Н.Л. Мишати́на // Культуроведческий подход: его реализация в школьном и вузовском

курсах русского языка. Матер. Всерос. научно-практич. конф., посв. 100-летию со дня рождения академика А.В. Текучева (11-12 марта 2003 г.) / сост. и науч. ред. проф. А.Д. Дейкина, проф. Л.А. Ходякова. – М.: МИГУ, 2003. – С. 40-45.

7. Новикова, Т. Ф. Пространство слова: формирование этнокультурной компетентности учащихся на уроках словесности / Т. Ф. Новикова // Русский язык в школе. – 2004. – № 5. – С. 22-26.

8. Рабенко, Т. Г. Русский речевой жанр в парадигме лингвистической вариантологии (на материале речевого жанра «личный дневник») / Т. Г. Рабенко. – Кемерово, 2018. – 171 с.

*Научный руководитель д-р филол. наук, проф. кафедры стилистики и риторики, Рабенко Т. Г. ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

**УДК 372.882**

## **ПРИМЕНЕНИЕ ПРОЕКТНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РАМКАХ ЭЛЕКТИВНОГО КУРСА ПО ЛИТЕРАТУРЕ**

*Борисова Н.А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[natali.borisova1997@mail.ru](mailto:natali.borisova1997@mail.ru)

В настоящей статье рассматриваются способы применения технологии проектов на элективных занятиях по литературе с целью формирования у обучающихся умения привлекать данные различных дисциплин, синтезировать их для решения конкретной научно-практической задачи, а также предлагаются способы организации работы по созданию учащимися старших классов и студентов первых курсов научно-исследовательских проектов в рамках изучения элективного курса «Петербургский текст» в русской литературе XIX в.» как одного из возможных способов реализации ключевых общепредметных и предметных компетенций, обозначенных в ФГОС ООО и ФГОС СПО. Автор подчеркивает, что значение чтения как вида учебной и общекультурной деятельности радикально изменилось: функция эстетического наслаждения и нравственного развития потеснена информативностью, но эта проблема может решаться в образовательных учреждениях, в частности, посредством элективных курсов, включением в учебный процесс на уроках литературы проектно-исследовательской деятельности. В ФГОС ООО и ФГОС СПО достаточное внимание уделяется проектно-исследовательской деятельности как определяющему фактору в формировании у обучающихся умения самостоятельно извлекать знания из различных источников и применять их впоследствии при решении исследовательских задач. Благодаря использованию метода проектов между обучающимся и учителем создается ситуация совместного постижения тайн петербургского пространства в творчестве писателей XIX в. Учитель из источника знаний превращается в организатора деятельности, консультанта и коллегу по решению проблемы, а также добыче необходимых знаний информации.

**Ключевые слова:** проектная деятельность, элективный курс, «петербургский текст», литература, урок литературы, метод проектов, ФГОС.

## **APPLICATION OF DESIGN AND RESEARCH ACTIVITIES IN THE FRAMEWORK OF AN ELECTIVE COURSE IN LITERATURE**

*Borisova N.A.*

Kemerovo State University

This article discusses the ways of using project technology in elective literature classes in order to form students' ability to attract data from various disciplines, synthesize them to solve a specific scientific and practical problem, and also suggests ways to organize the creation of research projects by high school students in the framework of the study of the elective course "St. Petersburg text" in Russian literature of the XIX century. " as one of the possible ways to implement the key general subject and subject competencies identified in the Federal State Educational Standards LLC and Federal State Educational Standards SPO. The author emphasizes that the importance of reading as a type of educational and general cultural activity has radically changed: the function of aesthetic enjoyment and moral development has been replaced by informativeness, but this problem can be solved in educational institutions, in particular, through elective courses, including design and research activities in the educational process at literature lessons. In the FSES LLC and FSES SPO, sufficient attention is paid to design and research activities as a determining factor in the formation of students' ability to independently extract knowledge from various sources and apply them later in solving research problems. Thanks to the use of the project method, a situation of joint comprehension of the secrets of the St. Petersburg space in the works of writers of the XIX century is created between the student and the teacher. The teacher turns from a source of knowledge into an organizer of activities, a consultant and a colleague for solving problems, as well as extracting the necessary knowledge and information.

**Key words:** project activity, elective course, "Petersburg text", literature, literature lesson, project method, Federal State Educational Standard.

Литература как искусство и литература как учебный предмет обладают значительным воспитательным потенциалом, реализация которого зависит от продуманной организации воспитательной среды, содержания и форм взаимодействия учащегося и учителя.

Перемены, происшедшие во всех сферах общественной жизни, затронули образовательный процесс. Литература как учебный предмет оказалась в ряду менее приоритетных. Чтение как вид учебной и общекультурной деятельности радикально изменилось: функция эстетического наслаждения и нравственного развития потеснена информативностью. К счастью, на помощь приходят элективные курсы, способные удовлетворять разнообразные познавательные интересы школьников.

Элективные курсы (курсы по выбору) - новый элемент учебного плана, играющий важную роль в системе профильного обучения на старшей ступени школы. Цель изучения элективных курсов - ориентация на индивидуализацию обучения и социализацию учащихся, на подготовку к осознанному и ответственному выбору сферы будущей профессиональной деятельности. [1] На сегодняшний день мы видим большое количество разнообразных элективных курсов. Они могут касаться любой тематики, как лежащей в пределах общеобразовательной программы, так и вне ее. Элективные курсы - это новейший механизм актуализации и индивидуализации процесса обучения. [2]. С хорошо разработанной системой элективных курсов каждый ученик может получить образование с определенным желаемым уклоном в ту или иную область знаний.

Но как же разнообразить элективный курс и сделать его действительно интересным? В ФГОС ООО и ФГОС СПО достаточное внимание уделяется проектно-исследовательской деятельности как определяющему фактору в формировании у обучающихся умения самостоятельно извлекать знания из различных источников и применять их впоследствии при решении исследовательских задач.

Метод проектов полностью удовлетворяет требованиям ФГОС ООО и ФГОС СПО к результатам освоения основной образовательной программы общего образования и средне-специального образования, включающей в себя предметные, метапредметные и

личностные результаты. Именно поэтому большинство педагогов используют его в своей профессиональной деятельности. Необходимость овладения учителями технологией применения проектной деятельности в учебно-воспитательном процессе подчеркивается и на документальном уровне. Так, профессиональный стандарт педагога (зарегистрирован Минюстом России 06.12.2013) сообщает, что учитель должен «владеть формами и методами обучения, в том числе выходящими за рамки учебных занятий: проектная деятельность, лабораторные эксперименты, полевая практика» [4].

Результат проектной деятельности – лично или общественно значимый продукт: рассказ, доклад, концерт, спектакль, газета, книга, костюм, фотоальбом, оформление стендов, выставок, конференция, электронная презентация, праздник, экскурсия и т.д.[3]

При разработке элективного курса «Петербургский текст» в русской литературе XIX в.» важным этапом являлось формирование проектно-исследовательских компетенций у обучающихся, так как этот курс в рамках предмета «Литература» обладает широкими возможностями для развития у учащихся ключевых общепредметных и предметных компетенций.

Были проведены отдельные апробации теоретических занятий элективного курса «Петербургский текст» в русской литературе XIX в.» для студентов 1 курса отделения «ГеоЗемКад» Кузбасского техникума архитектуры, строительства и геодезии, где обучающиеся расширили знания о методах проектной и исследовательской деятельности. Тематический план занятий включал занятия лекционного и практического типа. На них рассматривались такие темы как: «Петербургский текст» в отечественном литературоведении», «Петербург в творчестве Н.В. Гоголя», «Петербург Ф.М. Достоевского» и т.д.

После лекционной части занятий проводились практические занятия с обработкой пройденного материала, студентам предлагалось создать групповые и индивидуальные краткосрочные проекты. Использование проектной и исследовательской деятельности позволило создать проблемную ситуацию, где нет готовых знаний, при решении требуется самостоятельный анализ в каждой конкретной ситуации. Обучающиеся овладевают проектной и исследовательской деятельностью, в результате работы над определенным проектом по выбранной теме, проходят все этапы его выполнения от постановки целей, задач, выдвижения гипотезы до предоставления результатов работы и защиты. Между обучающимся и учителем создается ситуация совместного постижения тайн петербургского пространства в творчестве писателей XIX в. Учитель из источника знаний превращается в организатора деятельности, консультанта и коллегу по решению проблемы, а также добыче необходимых знаний информации.

Обучающиеся провели огромную работу по анализу литературных и интернет ресурсов. Студенты, вовлеченные в проектно-исследовательскую деятельность, проработали все составные части проекта, а именно: выбор темы, установление проблемы исследования, объекта и предмета, постановка задач, выдвижение гипотезы или обозначение продукта проекта, обозначение методов исследования, анализ литературных и дополнительных источников, получение результатов, оформление и публичная защита проектов. Студентами были представлены такие продукты проектов как: карта «14 дней из жизни Раскольникова», оформление стенда «210 лет со дня рождения Н.В. Гоголя» (2019 г.), презентация и доклад на тему «Макар Деушкин как предшественник Родиона Раскольникова», разработка экскурсионного маршрута «По следам Гоголя» и т.д.

Результаты апробации разработок элективного курса «Петербургский текст» в русской литературе XIX в.» обучающихся с применением проектно-исследовательской деятельности свидетельствуют о том, что качество знаний значительно повысилось в среднем в 2,3 раза. Такое повышение качества знаний, по-видимому, связано со

следующими факторами: нестандартная форма работы, самостоятельный поиск и изучение материала, самостоятельная работа над проектом. Один из главных результатов внедрения отдельных частей элективного курса в учебный процесс – это повышение мотивации изучения литературы. После анализа рефлексии можно также отметить, что многие ребята объясняют свой интерес к созданию краткосрочных проектов тем, что продукт проекта - это всегда что-то новое, непосредственное, то чего нет у других.

Таким образом, формирование проектно-исследовательской деятельности в рамках изучения элективных курсов по литературе приводит к повышению уровня усвоения художественных текстов, увеличивает мотивацию обучающихся к проектно-исследовательской деятельности, формирует самостоятельность и творческое мышление, способствует слаженной работе как в группе, так и в малых группах, что является очень важным при освоении предмета «Литература» в рамках ФГОС ООО и ФГОС СПО.

### **Литература и источники**

1. Биянова Е.Б. Педагогические условия организации исследовательской деятельности учащихся основной школы: дис. канд. пед. наук. – Ижевск, 2011. – 182 с
2. Комарова И. В. Технология проектно-исследовательской деятельности школьников в условиях ФГОС / И. В. Комарова. – СПб.: КАРО, 2015. – 128 с.
3. Метод учебного проекта в образовательном учреждении: Пособие для учителей и студентов педагогических вузов. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: АРКТИ, 2005. – 112 с.
4. Об утверждении профессионального стандарта «Педагог (педагогическая деятельность в сфере дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования) (воспитатель, учитель)». Приказ Минтруда России от 18.10.2013 №544н. //Управление ДОУ. – 2014. - №4. – С.42.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Калашикова А.Л., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

## **УДК 82-14**

### **ИЗУЧЕНИЕ ЦИКЛА РОМАНОВ Б. АКУНИНА ОБ ЭРАСТЕ ФАНДОРИНЕ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ИНТЕРЕСА СТАРШЕКЛАССНИКОВ К КЛАССИКЕ**

*Дрожжина Е.Н.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[keitilindi@mail.ru](mailto:keitilindi@mail.ru)

В настоящее время отечественная массовая литература пользуется большим спросом, она разнообразна по форме, жанрам и именам. Изучение современного литературного процесса в школе предусмотрено всеми программами. Это является завершающим этапом в усвоение школьного предмета. Однако не всегда учителя-предметники отводят часы на изучение произведений современных авторов, делая упор на классические произведения. Одна из причин, подготовка учащихся к итоговому сочинению, сдаче экзаменов. Акцент делается именно на классические произведения как более «стандартные», применимые. Новаторство нашей работы состоит в том, что, исследовав интертекстуальные связи в романах серии «Новый детективъ. Приключения Эраста Фандорина» мы разработаем уроки для внеклассного чтения старшекласников.

**Ключевые слова:** роман, цикл, старшекласник, детектив, сюжет, жанр.

# THE STUDY OF THE CYCLE OF NOVELS BY B. AKUNIN ABOUT ERAST FANDORIN AS A WAY TO INCREASE THE INTEREST OF HIGH SCHOOL STUDENTS IN THE CLASSICS

*Drozzhina E.N.*

Kemerovo State University

Currently, Russian mass literature is in great demand, it is diverse in form, genres and names. The study of the modern literary process in the school is provided by all programs. This is the final stage in the assimilation of the school subject. However, subject teachers do not always spend hours studying the works of modern authors, focusing on classical works. One of the reasons is the preparation of students for the final essay, passing exams. The emphasis is placed on classical works as more "standard", applicable. The innovation of our work is that by exploring intertextual connections in the novels of the New Detective series. The adventures of Erast Fandorin" we will develop lessons for extracurricular reading for high school students.

**Key words:** novel, cycle, high school student, detective, plot, genre

Данную проблему рассматривает Н. Ю. Букарева в статье «Изучение современной литературы как способ повышения интереса старшеклассников к классике». Можно привести следующее положение:

1. Часов, отводимых на литературу, недостаточно для изучения произведений;
2. Школьники и учителя словесники в последнее полугодие готовятся к итоговому сочинению, разбирая только те произведения, которые будут нужны на практике;
3. Снижается интерес к чтению. Читают произведения только для сдачи итогового сочинения, не переходят к современной литературе.

То есть, существует проблема изучения современного литературного процесса. Мы видим решение данной проблемы в разработке нового подхода в изучении современных произведений.

В своей работе мы обратимся к произведениям одного из самых популярных современных отечественных писателей- Борису Акунину. Литературный проект издательства «Захаров» и псевдоним одного из самых известных современных отечественных писателей Григория Чхартишвили. В контексте его творчества числятся такие успешные проекты как: «Новый детектив. Приключения Эраста Фандорина», «Провинциальный детектив. Приключения сестры Пелагии», «Приключения магистра», «Жанры», два дополнительных псевдонима Анатолий Брусникин и Анна Борисова. В данной научной работе мы обратимся к романам «Азазель» и «Левиафан» из серии «Новый детектив. Приключения Эраста Фандорина», в которую входят еще 14 произведений: «Турецкий гамбит», «Смерть Ахиллеса», «Особые поручения. Пиковый валет», «Особые поручения. Декоратор», «Статский советник», «Коронация, или Последний из романов», «Любовница смерти», «Любовник смерти», «Алмазная колесница», «Нефритовые четки», «Весь мир театр», «Черный город», «Планета вода», «Не прощаюсь». В 2003 году роман «Азазель» попал в шорт-лист Британской Ассоциации писателей-криминалистов в разделе «Золотой кинжал».

Важно отметить, что Б. Акунин находит свою нишу скорее в современной беллетристике, чем в «однодневной» массовой литературе. Являясь литературой «второго ряда», беллетристика в то же время имеет неоспоримые достоинства и принципиально отличается от литературного «низа». Б. Акунин предлагает своим читателям своеобразные интеллектуальные ребусы, он играет с цитатами и историческими аллюзиями, далекими от повседневности. Главный герой знаменитой серии «Новый детективъ» молодой сыщик Эраст Фандорин помещен автором в 19 век.

«В одном из интервью Б. Акунин фиксирует (на своем читательском опыте) изменения способов восприятия классики: «Чтобы создать что-то свое, надо

переработать громадное количество чужого литературного опыта. Опыта качественного, классического. Сейчас я нашел способ чтения классики. Я ее слушаю. Часто именно текст наталкивает на что-то интересное» (Акунин, 2003).

Таким образом, даже интеллигентный, образованный читатель, каким является писатель Б. Акунин, декларирует отказ от традиционного способа чтения, предполагающего возможность многократного возвращения к различным фрагментам текста, им предлагается хотя и вполне приемлемый, но упрощенный способ восприятия художественного текста». [Черняк, 2007, с. 118.]

Акунин использует интертекстуальность, тем самым позволяет внимательному читателю обратиться к источникам.

Таким образом своей работе мы рассмотрим то, как интертекстуальная природа текстов Б. Акунина может позволить привлечь внимания учащихся к текстам классической литературы, вернуться к ним, и, может быть, переосмыслить некоторые положения, обнаруженные ранее в текстах произведений.

Интертекстуальную природу текстов Б. Акунина рассматривали многие исследователи, приведем некоторых:

В. Е. Калганова «Интертекстуальность как текстообразующий механизм романа Бориса Акунина «Азазель», Т. А. Снигирева «Борис Акунин. «Любовь к истории»: между книгой и блогом», Т. В. Надозирная «Специфика функционирования интертекста в романе Б. Акунина «Азазель»».

В итоге можно сделать несколько выводов, которые можно организовать в пункты:

1. Использование претекстов служит способом завлечения читателя в игру. Читателю становится интересно угадывать все возможные отсылки. Но, также благодаря использованию детективного кода, создается ирония и комизм, присущие акунинскому повествованию.

2. Приведения Акунина представляют собой тексты «двойного кодирования».

Связи между претекстами обнаруживаются на разных уровнях. Отличие в нахождении интертекста будет заключаться только в уровне образованности читателя, в его опыте. Акунин пользуется не только внешними приемами постмодернистского письма, но и использует философское значение текста.

Все вышеуказанные исследователи рассматривали как раз интертекстуальную природу романов и находили связи с произведениями классической литературы.

Новаторство нашей работы состоит в том, что, исследовав интертекстуальные связи в романах серии «Новый детектив. Приключения Эраста Фандорина» мы разработаем уроки для внеклассного чтения старшеклассников.

Настоящее исследование ставит перед собой цель повышения интереса старшеклассников к классике через прочтение современной литературы.

Можно сделать следующие выводы:

1. Современный литературный процесс необходимо изучать в школе, для того чтобы представлять целостную картину литературы.

2. Необходимо ввести диалог современной литературы и классической, для повышения интереса учащихся.

3. Нами предложено несколько вариантов внедрения произведений Б. Акунина на уроках литературы 9-11 классов. Примером может послужить изучения повести Н. М. Карамзина «Бедная Лиза». Переосмысление сентиментального сюжета и героя в образах Эраста Фандорина и Лизы фон Эверет-Колокольцовой.

#### **Литература и источники:**

1. Акунин, Б. Азазель. Роман. Изд-во ЗАХАРОВ. М., 2005 301 с
2. Н. Ю. Букарева в статье «Изучение современной литературы как способ повышения интереса старшеклассников к классике»

3. Георгинова, Н. Детективный жанр: причины популярности. Электронный ресурс: <https://cyberleninka.ru/article/n/detektivnyy-zhanr-prichiny-populyarnosti>
4. 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>
5. Калганова, В. Е. Интертекстуальность как текстообразующий механизм романа Бориса Акунина «Азазель». Электронный ресурс: <https://cyberleninka.ru/article/n/intertekstualnost-kak-tekstoobrazuyuschiy-mehanizm-romana-borisa-akunina-azazel>
6. Надозирная, Т. В. Специфика функционирования интертекста в романе Б. Акунина «Азазель». Электронный ресурс: [http://vuzlib.com.ua/articles/book/30087Specifika\\_funkcionirovaniya\\_/1.html](http://vuzlib.com.ua/articles/book/30087Specifika_funkcionirovaniya_/1.html)
7. Пономарёва, В. А. Жанровое своеобразие произведений Б. Акунина. Электронный ресурс: <https://www.dissercat.com/content/zhanrovoe-svoebrazie-proizvedenii-b-akunina>
8. 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, профессор Налегач Н.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

**УДК 37. 013**

## **РАЗВИТИЕ ТВОРЧЕСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ НА УРОКАХ ЛИТЕРАТУРНОГО ЧТЕНИЯ**

*Ильсова Я.С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[ilyasovaya.s.1999@gmail.com](mailto: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 развитии творческих способностей учащихся занимают творческие задания. Данные упражнения позволяют выделить в ученическом коллективе типы языковых личностей, на основе чего возможно составить индивидуальный список упражнений для каждой группы. Это дает возможность развивать творческие способности учеников в оптимальном темпе и в соответствии с их сильными и слабыми сторонами.

**Ключевые слова:** литературное чтение, начальная школа, творчество, творческая деятельность, творческая работа, творческие способности, языковая личность

## DEVELOPMENT OF CREATIVE ABILITIES OF YOUNGER SCHOOL CHILDREN IN THE LESSONS OF LITERARY READING

*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. Creative assignments take a special place in the development of students' creative abilities. These exercises make it possible to single out the types of linguistic personalities in the student collective, on the basis of which it is possible to draw up an individual list of exercises for each group. This makes it possible to develop students' creativity at an optimal pace and in accordance with their strengths and weaknesses.

*Key words:* literary reading, primary school, creativity, creative activity, creative work, creativity, linguistic personality

В настоящее время одной из педагогических задач сегодня является внедрение в образовательный процесс таких развивающих технологий, которые помогают учащимся не только овладевать определенными знаниями, умениями и навыками в той или иной сфере деятельности, но и развивать их творческий потенциал [5]. Важная роль в решении этих проблем отводится урокам литературного чтения.

Цель настоящего исследования – определить развитие творческих способностей и типы языковой личности младших школьников, используя творческие задания на уроках литературного чтения. Фактологическую базу исследования составили письменные работы (всего 75 работ) учащихся 3 класса (всего 25 человек) одного из общеобразовательных учреждений г. Кемерово.

В рамках заявленной в работе проблематики представляется необходимым определить понятия «творчество», «творческая деятельность», «творческие способности» и «творческое задание». 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 [2; 3, с. 126]. Творческие способности требуют специального организованного процесса обучения и воспитания, пересмотра содержания учебных программ, создания педагогических условий для самовыражения в творческой деятельности. Развитие творческих способностей – это развитие наблюдательности, речевой и общей активности, общительности, хорошо натренированной памяти, привычки анализировать и осмысливать факты, воли, воображения; систематическое создание ситуаций, позволяющих ученику реализовать себя в деятельности. Формированию творческих способностей младших школьников помогают творческие задания. Творческое задание – это такая форма организации учебной информации, где наряду с заданными условиями и неизвестными данными, содержится указание учащимся для самостоятельной творческой деятельности, направленной на реализацию их личностного потенциала и получение требуемого

образовательного продукта [6, с. 74]. Творческие задания формируют самое главное: потребность в самовыражении, в сопереживании, чувство слова, умение переносить и связывать знания из разных областей, размышлять над разными фактами и явлениями. Тем самым создаются условия для раскрытия всех интеллектуальных и духовных возможностей учащихся.

Обозначим основные виды творческих заданий, используемых на уроках литературного чтения.

1. Инсценировки на сюжет пересказываемого произведения,
2. Упражнения на моделирование сюжета пересказываемого произведения (с помощью иллюстративного панно, наглядной схемы, компьютера).
3. Составление творческих пересказов – с заменой действующих лиц, места действия, изменением времени действия, изложением событий рассказа от 1-го лица и др.
4. Метод моделирования – это введение системы «заменителей» (условных обозначений) жанров, тем, героев, а также составление схематических планов и модели обложки книги.

5. Творческое сочинение.

В рамках исследования творческих способностей учащихся 3 класса на уроках литературного чтения были предложены три творческих задания.

Во время выполнения **первого задания** обучающимся было необходимо охарактеризовать образы исторических личностей. Учитель познакомил ребят с историческими личностями древнерусского государства. Класс был разделен на три группы. Первой группе был предложен князь Игорь, второй – княгиня Ольга, а третьей – князь Олег. Каждый учащийся записывал предложение, которое, по мнению ученика, смогло бы точнее описать одного из русских князей. На основе полученных результатов можно выделить три группы обучающихся:

– в первой группе оказались творческими учащиеся, которые не только точнее всего описали князя, но и составили новое сложное предложение: «Княгиня Ольга была злой и отомстила за убийство своего мужа»;

– ко второй группе можно отнести обучающихся, которые списали предложение из учебника, которое, на их взгляд, подходило к описанию предложенного им персонажа: «Пророчество»;

– в третью группу можно отнести обучающихся, которые не справились с заданием. Учащиеся не смогли составить предложение, состоящее более чем из двух-трех слов: «Вернулись голуби и воробьи под соломенные крыши домов». Были ученики, кто не написал ни слова

**Второе задание** заключалось в написании небольшого сочинения. Учащимся было предложено составить и записать 3-4 предложения по теме «Что такое Родина». Предварительно была осуществлена подготовка к выполнению задания: ученики в течение нескольких уроков проходили различные произведения по данной теме. По результатам выполненного задания учащихся можно разделить на три группы:

– к первой группе можно отнести обучающихся, которые успешно справились с этим заданием. Они написали связный текст, состоящий из 3-4 распространенных предложений. Некоторые ребята подошли к этому заданию более творчески, написав не только больше предложений, чем было указано в задании, но и сделав небольшой рисунок: «Моя Родина самая лучшая, она самая большая. Вы думаете: Родина, ее надо защищать, как защищали наши предки. Родина – это наш дом! И мы обязаны её любить! За ее ширину и длину, за ее плодородные земли. Но защищать ее – это не обязательно служить в армии, а именно не мусорить на улице, кормить птичек и так далее»;

– вторая группа состоит из учащихся, которые написали не более 3-4 простых или распространенных предложений по заданной теме, включая в свой текст предложения, взятые из учебника: «Где ты родился и вырос там твоя родина. Природа как дом. Если ты не любишь место, где родился, ты не любишь свою Родину!!!»;

– в третью группу ребят вошли те, кто не смог выполнить данное задание; написали 1-2 предложения или же выбрали совершенно другую тему для своего сочинения: «Огород, село, дом, город Прокопьевск, две собаки».

**Третье задание** – Синквейн по произведениям С. А. Есенина. Ребятам было необходимо записать пять строчек. На первой строчке нужно было записать «главное» имя существительное, которое лучше всего описали бы творчество поэта. Вторая строчка состояла из двух прилагательных, относящихся к первому слову. На третьей строке – три глагола, на четвертой строке необходимо составить предложение с этим слово, а на последней строчке выбрать имя существительное, которое ассоциируется у учащихся с «главным» слово.

Проанализировав результаты выполненных работ, как и в предыдущих упражнениях, класс можно разделить на три основные группы:

– первая группа обучающихся подошла к заданию творчески, подобрав «свои» слова и правильно написав части речи: «Природа. Красивая, живая. Оживает, погибает, помогает. Природа – это жизнь. Родина»;

– вторая группа выбрала слова или предложение, пользуясь учебником, эти ученики допустили небольшое количество ошибок: «Береза. Белая, кудрявая. Стоит, опадает, падает. Белая береза под моим окном. Листья»;

– к третьей группе можно отнести ребят, которые не справились с заданием. Они совершили большое количество ошибок, неправильно выбрав слова определенных частей речи: «Родина. Сильная. Природа родина семья. Природа. Родина семья природа». Были ученики, не выполнившие задание.

По итогам проверки всех творческих заданий учащихся можно разделить на три группы: 1) те, кто выполнил задания творчески и на высоком уровне, 2) те, кто следовал точной инструкции упражнения, не выходя за рамки, а также использовал фразы, предложения из учебника; 3) третья группа состоит из обучающихся, которые совершили большое количество ошибок или не делали предложенную работу. Следует подчеркнуть, что состав каждой из трех групп при выполнении творческих заданий практически не изменялся. Каждая из групп по всем трем заданиям была представлена по сути одними и теми же учащимися.

На основе выше представленных данных в этом классе можно выделить три преобладающих типа языковых личностей (далее ЯЛ): *независимый тип ЯЛ*, *зависимый тип ЯЛ*, *фрагментирующий тип ЯЛ* [1; 3; 6 с. 17-19]. Независимый тип ЯЛ способен отвлечься от исходного материала, при его репродуцировании самостоятельно выбирает языковые средства, делает собственные выводы, создает собственный, не зависит от мнения других участников текстовой коммуникации, не боится взять ответственность за свои высказывания. Зависимый тип ЯЛ не способен отвлечься от исходного материала, при репродуцировании воссоздает его смысловую структуру и использует языковые средства, содержащиеся в нем. Для этого типа ЯЛ трудны самостоятельные умозаключения, он зависит от мнения других участников текстовой коммуникации. Фрагментирующий тип ЯЛ не умеет восстанавливать цельное содержание исходного текста, концентрируя внимание на одном или нескольких его фрагментах, иногда не самых важных.

На основании проведенного исследования можно сделать выводы учебно-методического характера. Для развития творческих способностей учащимся необходимо продолжать выполнять подобные задания, но уже подобранные для каждой группы отдельно. Для независимого типа ЯЛ нужно подбирать задания,

которые смогут еще больше раскрыть их личностные возможности. Возможно, это будут задания связанные с драматизацией, сочинения разных жанров [4]. При работе с группой ЯЛ зависимого типа необходимо использовать задания, в которых как можно меньше опоры на учебник. Например, составление творческих пересказов, устное словесное рисование, изложение с элементами сочинения. С учениками с фрагментирующим типом ЯЛ нужно начинать с простых заданий, которые требуют минимум использования творческих способностей, а больше опоры на материал учебника. В эти упражнения можно включить чтение по ролям, поиск отрывка в тексте, дописать несколько слов, предложений в текст. Таким образом, каждая группа сможет развить творческие способности в соответствии со своими возможностями.

### **Литература и источники**

1. Голев, Н. Д. Типология языковой личности и лингводидактика / Н. Д. Голев // Лингвоперсонология и личностно-ориентированное обучение языку: учеб. пособие / под ред. Н. В. Мельник. – Кемерово, 2009.
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. Прокудина, И. С. Русская языковая личность в аспекте лингвокогнитивных стилей репродуцирования научного текста (на материале студенческих авторефератов) / И.С. Прокудина: автореф. дис. ... канд. филол. наук.– Кемерово, 2009. – 26 с.
4. Рабенко, Т. Г. Русский речевой жанр в парадигме лингвистической вариантологии (на материале речевого жанра "личный дневник") / Т.Г. Рабенко. – Кемерово, 2018.
5. Федеральный государственный образовательный стандарт начального общего образования [Электронный ресурс] // Федеральный государственный образовательный стандарт <https://fgos.ru/>.
6. Филичева, И. В. Развитие познавательных интересов учащихся через решение творческих заданий [Электронный ресурс] / И. В. Филичева. – Режим доступа: [http://festival.nicsnail.ru/index.php?option=com\\_zoo&task=item&item\\_id=117&Itemid=57](http://festival.nicsnail.ru/index.php?option=com_zoo&task=item&item_id=117&Itemid=57)

*Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Рабенко Т.Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

**УДК 372.881.161.1'35**

## **ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕТОДИКИ «ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ СЛОВА» В СОВРЕМЕННОЙ ШКОЛЕ**

***Красникова Г.О.***

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[19gala71@mail.ru](mailto:19gala71@mail.ru)

В статье приводится исследование успешно применяемой в последнее время педагогической методики проектной деятельности – «Лингвистический портрет слова». Существующие универсальные учебные методы развивают «языковое чутьё» обучающегося: способность четко излагать свои мысли, запоминать необходимый материал, писать словарные и тематические диктанты и т.д. Однако наиболее эффективными являются проекты, посвящённые «лингвистическому портретированию» слов. Разрабатывая и реализуя проекты подобного рода, учащиеся систематизируют и

анализируют полученные ранее знания, обогащают словарный запас, повышают свой образовательный уровень, улучшают орфографическую грамотность.

В рамках создания проекта школьники работали с фразеологическими, этимологическими, орфографическими словарями, изучали лексическое значение слов в толковых словарях, познакомились с грамматическими формами и орфоэпическими нормами слова, тем самым лучше запомнили его правописание. В процессе работы над проектом наглядно демонстрируется значимость коллективной работы класса, развивается фонематический слух, улучшается зрительная память школьника. Данный проект активно применяется учителями как на уроках, так и при подготовке учащихся к конференциям и олимпиадам. Подобный педагогический эксперимент наглядно демонстрирует эффективность применения проектных методик, а именно создание лингвистического портрета слова.

**Ключевые слова:** проектная деятельность, лингвистический портрет слова, орфографическая грамотность, лингвистический проект.

## FEATURES OF USE OF THE PROCEDURE «THE LINGUISTIC PORTRAIT OF THE WORD» AT MODERN SCHOOL

**Krasnikova G. O.**

Kemerovo State University

In article research with advantage a pedagogical procedure of design activity applied recently – «the Linguistic portrait of a word» is resulted. Existing universal educational methods develop «language чутьё» trained: capacity neatly to state the ideas, to remember a necessary material, to write dictionary and thematic dictations, etc. However the most effective the projects devoted to «linguistic portraiture» words are. Developing and realizing projects of a similar sort, pupils systematize and analyze received before knowledge, enrich a lexicon, raise the educational level, improve spelling literacy.

Within the limits of creation of the project students worked with phraseological, etymological, spelling dictionaries, studied a lexical word meaning in explanatory dictionaries, got acquainted with grammatic forms and орфоэпическими norms of a word, that remembered its spelling is better. During work on the project the importance of collective work of a class is evidently shown, the phonemic hearing develops, the visual memory of the student improves. The given project is actively applied by teachers both at lessons, and by preparation of pupils for conferences and Olympiads. Similar pedagogical experiment evidently shows efficiency of application of design procedures, namely creation of a linguistic portrait of a word.

**Keywords:** design activity, a linguistic portrait of a word, spelling literacy, the linguistic project.

Словарно-орфографическая работа традиционно занимает важное место в обучении русскому языку и является областью методики преподавания русского языка и литературы. В современной системе обучения существуют универсальные учебные способы, обеспечивающие развитие «языкового чутья» школьника, а именно, умение четко формулировать свои мысли, взаимопонимание в письменном общении: запоминание, диктант, специальное списывание текста, работа над ошибками и т.д. В последнее время наиболее эффективным педагогическим методом обучения является проектная деятельность. Проектная методика позволяет учащимся творчески и логически мыслить, последовательно рассуждать и представлять свои идеи, развивать коммуникативные навыки, активно применять полученные знания в реальной жизни. Работа над лингвистическим проектом позволит расширить общий и лингвистический

кругозор школьников (см, например, об эффективности лингвистических проектов в школьном обучении 2, 3, 4, 5, 6 и др.)

Одна из признанных в последнее время педагогических методик – лингвистический портрет слова. 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]. Активно используемое в лингвистической науке «портретирование» слов было успешно спроектировано в лингводидактику и стало активно использоваться в учебном процессе.

В данной методике используются как групповые, так и индивидуальные проекты. Лингвистический портрет предполагает написание и лексическое значение исследуемого слова, этимологию, его фразеологические единицы. Разрабатывая подобные проекты, школьники работают со словарями, расширяют словарный запас, анализируют информацию, в процессе исследования неоднократно перечитывают, записывают исследуемую языковую единицу, вследствие чего запоминают правильное написание слова, тем самым значительно улучшают орфографическую грамотность.

С целью показать эффективность данной педагогической методики был проведен учебный эксперимент в СОШ № 92 города Кемерово. Словарный диктант без подготовки писали 44 учащихся шестого класса. В одном из входивших в диктант слов – в слове «МОРОЗ» – из 44 человек 15 допустили орфографическую ошибку. Для усвоения и запоминания правильного написания слова школьникам было предложено создать лингвистический портрет слова, который готовился по следующей схеме: 1) лексическое значение, 2) происхождение слова (провести этимологический анализ), 3) синонимы и антонимы слова, 4) употребление слова во фразеологизмах, 5) использование слова в фольклоре и художественной литературе. В процессе создания проекта, обучающиеся работали со словарями синонимов, антонимов, фразеологизмов, со сборниками пословиц и поговорок; знакомясь с лексическим значением слов в толковых словарях, одновременно узнавали об орфоэпических нормах и грамматических формах данного слова; таким образом, методика проекта позволяет лучше запомнить правописание слов, что существенно повысит орфографическую грамотность школьника.

Для представления предлагаемой методики и демонстрации её эффективности приведем пример проекта, разработанного одним из обучающихся шестого класса.

<b>ПАСПОРТ ПРОЕКТА</b>		
Автор проекта _____ _____(ФИ О)		Школа _____92_____
		Класс _____6_____
<b>Лингвистический портрет слова «мороз»</b>		
1	<b>Лексическое значение слова</b>	Мороз – сильный холод (с температурой воздуха ниже нуля) (Толковый словарь С.И. Ожегова)
2	<b>Этимология (происхождение слова)</b>	Это общеславянское слово. Первоначальное значение основы «мръзь» было «холодный». От нее же образованы такие разные слова, как «мерзнуть» и «мерзкий».

3	<b>Однокоренные слова</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ существительные: морозец, морозище, морозильник, морозильщик;</li> <li>▶ прилагательные: морозный, морозильный, морозостойкий</li> <li>▶ глаголы: морозить, морозиться, вморозить;</li> <li>▶ наречие и слово категории состояния: морозно</li> </ul>
4	<b>Синонимы и антонимы</b>	<p>Синонимы : стужа, морозец, зима, снег, холод, мёрзнуть, холодище, знобить, непогодь, холодильник, холод.</p> <p>Антонимы : зной, жара.</p>
5	<b>Фразеологизмы</b>	Мороз по коже дерет – ощущение озноба, вызываемого чувством сильного страха, волнения, возбуждения и т.п. (Фразеологический словарь русского языка под ред. А.И. Молоткова)
6	<b>Пословицы и поговорки</b>	Мороз не велик, а стоять не велит. Мороз ленивого за нос хватает, а перед проворным шапку снимает. Сошлись два друга – мороз да вьюга.
7	<b>Слово в литературе, мифологии, живописи, кинематографе</b>	«Мороз-воевода», «Мороз, Красный нос» - автор Н.А. Некрасов; фильм-сказка «Морозко» (1964)
8	<b>Особенности слова (фонетические, орфографические, орфоэпические).</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Орфографическая запись слова: мороз</li> <li>2) Ударение в слове: мор`оз</li> <li>3) Деление слова на слоги (перенос слова): мо-роз;</li> <li>4) Фонетическая транскрипция слова мороз : [мар`ос]</li> </ol>

На уроке русского языка школьники представили свои лингвистические проекты слов, ответили на вопросы одноклассников, выслушали их примеры и дополнения. В процессе проведения педагогического эксперимента акцентируется значимость коллективной работы класса. Таким образом, внимание к слову повышается, развивается зрительная память, фонематический слух, интуитивное письмо.

Следующим этапом работы было проведение орфографического диктанта на закрепление полученных знаний. По результатам проверки выполненной работы в проектном слове «МОРОЗ» ошибки допущено не было.

Таким образом, данный педагогический эксперимент наглядно демонстрирует эффективность применения проектных методик, а именно создание лингвистического портрета слова. Проектирование лингвистического портрета слова позволяет расширить лингвистический кругозор обучающихся, повышает зоркость и наблюдательность, обеспечивает усвоение правил правописания русского языка, решает одну из главных задач школьного обучения – повышение орфографической грамотности.

#### 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. Кондратьева О.Н. Этимологический анализ на уроках русского языка как одно из средств формирования орфографической грамотности учащихся среднего звена // Филологический класс. – 2018. – № 2(52). – С. 118-125. – DOI: 10.26710/fk18-02-19
3. Картунова Л.Н. особенности проектного метода в обучении русскому языку // International scientific review. – 2015. - № 5. – С. 45-49.
4. Красникова Г.О. Проектная методика «лингвистический портрет слова» и ее роль в обучении русскому языку // Филология, иностранные языки и медиакommunikации: материалы симпозиума XV (XLVII) Международной научно-практической конференции «Образование, наука, инновации: вклад молодых исследователей» / науч. ред. Ю. В. Подковырин; Кемеровский государственный университет.– Кемерово: КемГУ, 2020. – Вып. 21. –1 электрон. опт.диск (CD-ROM). – С. 180-182.
5. Нарушевич, А.Г. Русский язык. Проекты? Проекты... Проекты! – Ростов н/Д: Легион, 2013. – 78 с.
6. Чередниченко Т.И. Использование метода проектов при обучении школьников русскому языку // Вестник Таганрогского института имени А.П. Чехова. – 2016. – №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-metoda-proektov-pri-obuchenii-shkolnikov-russkomu-yazyku> (дата обращения: 08.04.2021).

*Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. кафедры русского языка и литературы Кондратьева О.Н., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

**УДК 37. 013**

## **РЕГИОНАЛЬНЫЙ КОМПОНЕНТ НА УРОКАХ РУССКОГО ЯЗЫКА**

*Попова Д.Д., Юрьева Е.Е.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[dasha23dasha01@mail.ru](mailto:dasha23dasha01@mail.ru)

Уникальность русского языка заключается в том, что это не просто предмет изучения, но и средство коммуникации. Общая успеваемость школьника и его целостное развитие часто зависят от того, как школьник успевает по русскому языку, как он чувствует и владеет им. Грамотно организованное изучение родного языка, овладение речью является мощным средством развития и формирования подрастающего человека. В статье описываются упражнения, разработанные студентами ИФИЯМ для уроков русского языка в МБОУ «Гимназия № 41» г. Кемерово в период прохождения производственной практики. Использование местного языкового материала помогает активизировать мыслительный и творческий потенциал обучающегося.

**Ключевые слова:** региональный компонент, лингвистика, задания, языковой материал.

## **REGIONAL COMPONENT IN RUSSIAN LANGUAGE LESSONS**

*Popova D.D. , Yurieva E.E.*

The uniqueness of the Russian language is that it is not just a subject of study, but also a means of communication. The overall performance of a school student and his overall development often depend on how the school student manages to learn the Russian language, how he feels and speaks it. Well-organized study of the native language, mastering speech is a powerful tool for the development and formation of the younger person. The article describes the exercises used by students-trainees at the Russian language lessons in the MBOU "Gymnasium No. 41" in Kemerovo. The use of local language material helps to activate the child's mental and creative potential.

**Key words:** regional component, linguistics, tasks, language material.

Современный мир и его проблемы (социально-экономические, этические, культурные и другие) диктуют и делают актуальными предъявление особых, новых требований к качеству и результатам учебного и воспитательного процесса. В связи со стремлением в XXI веке к гуманизации образования главной задачей школы становится воспитание всесторонне развитой личности. Для того чтобы достичь результата, необходимо вводить в современный образовательный процесс региональный компонент. Замечено, что реализация регионального компонента на уроках русского языка сталкивается с многочисленными трудностями. До сих пор не решены вопросы о дидактической и методической оснащённости, отсутствуют единые образовательные стандарты на уровне регионов, нет полноценно разработанных методических пособий и учебников и проч. [1, с. 99].

Известно, что человек с рождения, зачастую незаметно, привыкает к той среде, в которой он растёт, к особому культурному коду своей страны, быту народа. Кемеровская область - Кузбасс имеет ярко выраженные территориальные, природные, национальные, культурно-исторические и языковые особенности. За счёт этого контура Кемеровскую область интересно познавать, и это необходимо учитывать при изучении русского языка. Такой подход в преподавании языка способствует формированию у школьников знаний о родном крае и имеет воспитательное значение, так как способствует развитию уважения и любви к родному краю, чувства патриотизма и в целом оказывает положительное влияние на формирование личности учащихся.

Под **региональным компонентом** школьного лингвистического курса в современной лингводидактике следует понимать «систематическое и последовательное включение в общеобразовательный курс русского языка местного языкового материала» [2, с. 17]. Региональный компонент содержания образования направлен на освоение учащимися культурных традиций, уклада жизни, культурного наследия народов, населяющих Кемеровскую область, отраженного в фольклоре и литературе Кузбасса. При изучении родного языка нужно рассматривать язык как культурно-историческую среду.

Одна из личностных характеристик школьника и выпускника, которую предъявляет Федеральный государственный образовательный стандарт нового образца – «любящий свой край и свою Родину, уважающий свой народ, его культуру» [3, с. 4]. Отсюда выделяются основные цели внедрения регионального компонента в учебный процесс:

- 1) обогащение учащихся новыми знаниями о родном крае, расширение кругозора;
- 2) способствование формированию высококонрастной личности,
- 3) развитие познавательного интереса к изучению родного края,
- 4) воспитание положительного эмоционально-ценностного отношения к себе, жителям своего края и окружающей среде.

Региональный компонент используется как «вкрапления» в учебный материал без выделения отдельных часов и в качестве языкового материала при изучении школьного курса предметов.

Студентами-практикантами «Гимназии № 41» были задействованы следующие формы работы по заданному направлению.

Проведён графический диктант в 5 классе. Учителем зачитывался небольшой текст под названием «Кемерово – мой любимый город», ребятам нужно было нарисовать схему каждого предложения: *Я живу в городе Кемерово. [- =] У нас есть различные достопримечательности: музеи, театры, библиотеки и кинотеатры. [= о : о,о,о и о] Когда наступает суббота, мы с семьей ходим в театр кукол имени Аркадия Гайдара. (когда = -), [- =] Это стало нашей традицией. [- =] Мой любимый парк называется «Антошка», и там мы кормим диких уток. [- =] , и [- =] Как же я тебя люблю, родной край! [- =, о]!*

Ребятам 5 класса было предложено стихотворение «Русский поклон» М.А. Небогатова (кузбасского поэта XX века):

*«И удивился я, не скрою,  
Когда степенный встречный дед  
Вдруг снял картуз передо мною,  
Как мой знакомец с давних лет».*

Учащимся необходимо было понять, какое это предложение (сложносочинённое предложение или сложноподчинённое) и составить схему. Получиться она должна была такой: *[-=]*, (когда -=).

При изучении разрядов местоимений в 6 классе (а именно – притяжательных), ребятам было предложено написать сочинение на тему «Моя малая Родина».

При повторении темы «Глагол. Морфологические признаки глагола» в 6 классе учащимся было предоставлено стихотворение «Зима в лесу запасы снега копит» Г. Юрова – кузбасского поэта и публициста, автора гимна Кемеровской области «Рабочая мелодия Кузбасса». В стихотворении ребята должны были найти все глаголы, определить их морфологические признаки.

*Зима в лесу запасы снега копит,  
Он лег в оврагах,  
На ветвях висит.  
И лес хранит,  
Подняв сухие копыа,  
Исконное сокровище Руси.  
А в город снег пришел  
Морозным утром,  
Когда все лужи затащило  
Льдом.*

*В него мальчишки  
Прыгают с разбега –  
В сугроб неповторимой белизны.  
Есть где-то земли  
Без зимы и снега.  
Как нам они завидовать должны!*

*Проснулись люди –  
Воздух полон хрустом  
И серебром  
Украшен каждый дом,*

При повторении в 6 классе наклонения глагола ученикам давалось творческое задание. Ученики были разделены на 3 группы. Каждой группе дан традиционный рецепт:

1) рецепт традиционного шорского блюда – пелбен (шорские пельмени): *«Тесто надо раскатать в овальные пласты толщиной 2–2,5 см. На середину овала положить фарш (мясо, сало и лук нарезают на мелкие кубики, заправляют солью и специями по вкусу), края лепешки соединить и зашить веревочкой. Варить в течение 20–25 минут».*

2) рецепт ухи по-пономарёвски (названа она так в честь лесничего, принимающего кузбасских охотников на сибирской заимке уже много лет): *«Для ее приготовления нужно три вида речной рыбы (в зависимости от улова), лук репчатый, морковь, пишено, картофель, зелень. Варится уха обычным способом, как любой рыбный суп. Но*

особенностью ее является то, что при подаче на стол отдельно предлагается мелко нарезанный репчатый лук. Его кладут в уху непосредственно перед употреблением — так уходит запах рыбы».

3) рецепт шорских медовых шариков – арбачак: «Для их приготовления нужно взять талкан (измельченный ячмень), мед, масло, ядра кедровых орехов. Ячмень жарят в духовке при температуре 250 градусов. Потом его надо обмолотить, добавить мед и топленое масло. Полученное тесто скатать в небольшие шарики и украсить обжаренными ядрами кедрового ореха. Перед подачей на стол пряники поставить на 20–30 минут в холодильник».

В каждом рецепте все глаголы необходимо поставить в повелительное наклонение. Творчески оформить работу (нарисовать рисунок, красиво написать рецепт).

При повторении темы «Числительное» в 7 классе ученикам были даны предложения, в которых необходимо заменить все цифры буквенным написанием:

*Кемеровская область образована 26 января 1943 года. В 1918 году появился город Щегловск, объединивший в себя близлежащие села и деревни. В 1932 году Щегловск был переименован в Кемерово. Город Кемерово расположен в 3482 километрах от Москвы. День города в Кемерово отмечается ежегодно 12 июня.*

В своей работе мы использовали лишь некоторые из подходов по интеграции регионального компонента в уроки русского языка. На наш взгляд, данные виды работы могут систематически использоваться при обучении русскому языку, что будет иметь не только обучающий, но и воспитательный характер. Мы заметили, что упражнения, содержащие в себе региональный компонент, вызывают повышенный интерес учащихся, у них появляется мотивация к изучению общекультурных и национально значимых ценностей родного края.

### Литература

1. Белогуров, А. Ю. Проблемы развития этнорегиональных образовательных систем / А. Ю. Белогуров // Педагогика. – 2003. – №1. – С. 98-104.
2. Благова, Н. Г. О концепции обучения русскому языку с учетом регионального компонента (для ср. общеобр. шк.) / Н. Г. Благова, Л. А. Коренева, О.Д. Родченко // РЯШ. – 1993. – № 4. – С. 6–19.
3. Федеральный государственный образовательный стандарт среднего общего образования. С. 4.

*Научные руководители – д-р филол. наук, проф. Рабенко Т.Г., канд. филол. наук, доцент Проскурина А.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

УДК 81'271-057.874

## МОДЕЛИРОВАНИЕ РЕЧЕВОГО ПОРТРЕТА ШКОЛЬНИКА

*Медведева Ю. С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[iulia2255@mail.ru](mailto:iulia2255@mail.ru)

Статья посвящена рассмотрению языковой личности школьника и его речевого портрета в социальных сетях. Настоящее время характеризуется высоким интересом к интернет-коммуникации и популярностью социальных сетей как среды коммуникативного взаимодействия. Коммуникация в пространстве интернета является неотъемлемой частью жизни современного человека, в том числе и школьника. Посредством интернет-коммуникации могут выражаться различные коммуникативные

намерения (убеждение, информирование, получение информации, желание познакомиться, выражение оценки и другие). Исследование выполнено методом анализа языкового материала, а именно записей школьников, представленных в группе социальной сети «ВКонтакте». С помощью данного метода были выделены такие коммуникативные намерения школьников, как желание познакомиться и получение информации, а также в дальнейшем их ключевые лексемы и фразы, на основании которых впоследствии был сделан вывод о речевом портрете школьника в соцсетях. Виртуальное общение учащихся школы зачастую характеризуется нарушением норм русского литературного языка, использованием жаргона, простых однотипных фраз, отсутствием вербального выражения эмоций (их в большинстве своём заменяют смайлики, но также возможно выражение эмоций с помощью жаргонов и других средств). Так как социальным сетям присуща мобильность, то интернет-пользователи часто используют в них сокращения.

**Ключевые слова:** языковая личность школьника, речевой портрет школьника, интернет-коммуникация, социальная сеть, интернет-пользователь, коммуникативное намерение.

## MODELING THE SPEECH PORTRAIT OF A SCHOOL STUDENT

*Medvedeva Y. S.*

Kemerovo State University

[iulia2255@mail.ru](mailto:iulia2255@mail.ru)

The article is devoted to the consideration of the language personality of the school student and his speech portrait in social networks. The present time is characterized by a high interest in Internet communication and the popularity of social networks as the environment of communicative interaction. Communication in the Internet space is an integral part of the life of a modern person, including the school student. Through Internet communication, various communicative intentions can be expressed (persuasion, informing, receiving information, wanting to get acquainted, expressing valuation and others). The study was carried out by analyzing the language material, namely, the records of schoolchildren presented in the group of the social network "VKontakte". Using this method, such communicative intentions of schoolchildren as the desire to get acquainted and receive information were identified, as well as their key lexemes and phrases, on the basis of which a conclusion was subsequently made about the student's speech portrait in social networks. Virtual communication of school students is often characterized by violation of the norms of the Russian literary language, the use of jargon, simple phrases of the same type, the lack of verbal expression of emotions (they are mostly replaced by emoticons, but it is also possible to express emotions using jargon and other means). Since social networks are inherently mobile, Internet users often use abbreviations in them.

**Key words:** language personality of a school student, speech portrait of the school student, internet communication, social network, internet user, communicative intent.

В настоящее время наблюдается высокий интерес к интернет-коммуникации. Такая коммуникация представляет собой «взаимодействие, общение с удаленным партнером, опосредствованное компьютером и телекоммуникационными системами» [1, с. 97]. На сегодняшний день социальные сети являются популярной средой коммуникативного взаимодействия. «Социальная сеть – это не просто программный сервис, это площадка для взаимодействия людей в различных группах» [2, с. 34], в том числе и группах, объединяющих школьников.

Особый интерес для нас представляет языковая личность школьника в социальной сети. Ю. Н. Караулов определяет языковую личность как «совокупность способностей и характеристик человека, обуславливающих создание и восприятие им речевых

произведений (текстов)» [3, с. 3]. Стоит отметить, что зачастую на уроках учитель видит некий идеальный речевой портрет ученика, в то время как реальный находится за пределами школьных занятий. Однако речевой портрет школьника, представленный в соцсетях, оказывается наиболее приближенным к реальному.

*Коммуникативное взаимодействие* предполагает реализацию различных коммуникативных намерений. Среди них следующие: убеждение, информирование, получение информации, желание познакомиться, выражение оценки и другие.

Объектом нашего исследования являются записи школьников, размещённые в сообществе в социальной сети «ВКонтакте». Предметом – языковая организация записей школьников. Цель данного исследования заключается в рассмотрении коммуникативных намерений учащихся школы и 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, однообразных слов и фраз и отсутствием эмоциональной лексики.

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

В качестве примера рассмотрим две коммуникативные ситуации, реализующие такие коммуникативные намерения, как *желание познакомиться* и *получение информации*.

#### 1. «Желание познакомиться»

Данное намерение представлено в следующих записях:

1) Неизвестный 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) Неизвестный 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) (о "ω "о)/♥*

3) Неизвестный пользователь:

*#ищу мальчика сидел на остановке рядом с сильвермолом, сидел с другом 11 числа, около 16:30 🍷🌧 я была с подружкой, мы бежали на автобус, ты поймёшь кто я ахахахаха ещё потом в мк встретились анон 🌧*

4) Неизвестный пользователь:

*#ищу пацанов, которые ехали на 14 автобусе, мы вышли на школьной в + - 14:50, один в фиолетовом худи и в шапке был, кареглазый, вас там много, уступали места людям, часто в вашу сторону, а еще с вами был друг какой то, в джорданах, рыженький с веснушками, отпишитесь пожалуйста, вы рил краши ✨💋*

**Анон**

**Админу шокодаки 🍷**

5) Неизвестный пользователь:

*#ищу пацанов которые были сегодня (10.04.) На соревах в 69 школе, отпишитесь 🍷🍷*

**Анон**

**Админу гелик 🌈**

6) Владислав Коробов:

*#ищу рыжеволосую девочку встретились взглядами в табачке у модного примерно в половину пятого, очень понравилась*

7) Дима Зяблицев:

*#ищу девочку лет 15-17 для общения и прогулок 🤗🌲 П17 Без игнора 😊 жду 🌲*

8) Неизвестный пользователь:

*#Ищу милого парня, ехали на 480 автобусе 09.04 примерно в 16:30-16:50. Я была в бежевом пальто. Мы сидели параллельно через проход, затем ты сел передо мной.*

*В автобус ещё зашли люди, которые просили помочь мальчику.*

*Анонимно пожалуйста*

9) Марк Захаров:

*#ищу*

*Людей которые шарят за рок и понимают рок мемы.*

*Ключевые лексемы и фразы: ищущ, анон, компания пацанов, познакомиться, пж, мк, админ, девочка, мальчик, рил краши, были на соревах, ищущ, игнор, понравилась, общение, прогулки, шарят за рок, понимать рок мемы, ахахахах.*

Мы видим, что сферу интересов авторов данных записей составляют знакомства, общение, прогулки, рок-музыка. Представленные записи построены по модели «я». Авторы используют простые однотипные фразы. В записях присутствуют лексические и орфографические ошибки («ищущ пацанов которые были», «ищущ»), жаргоны (пацаны, игнор, шарят). Вербальное выражение эмоций практически отсутствует и ограничивается словом «ахахахах». Эмоции авторы записей предпочитают выражать с помощью смайликов. Также интернет-пользователи выражают их интонацией («рыженький» - эмоция умиления) и с помощью жаргонов («краш» - положительная эмоция по отношению к человеку, который понравился). Авторы записей используют сокращения (пж, мк, админ, анон) – это обусловлено мобильностью соцсетей.

## **2. «Получение информации»**

Это коммуникативное намерение представлено в следующих записях:

1) Неизвестный пользователь

*#Где*

*Ребят, в каком магазине можно купить чисто чёрный худак?*

*Анон*

2) Неизвестный пользователь:

*#гдекупить?*

*Нужно длинное вечернее облигающее платье, по средней цене.*

*А их чаще всего либо нет, либо заоблачно дорогие. Подскажите магазины, где можно глянуть*

*Анонимно.*

3) Неизвестный пользователь:

*#гдекупить*

*где купить высокие чёрные конверсы в нашей дыре?*

*Анонимно*

4) Неизвестный пользователь:

*кароч #ищу*

*17. 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*

5) Неизвестный пользователь:

*#гдекупить кофту с металликкой или слипкнот???*

*анон плиз*

6) Неизвестный пользователь:

[#Куда](#) можно компанией сходить до 18 лет нормально потусоваться или просто отдохнуть?

Анон

7)Неизвестный пользователь:

[#вопрос](#)

Ребят, кто-нибудь знает хороший картинг, где можно покататься вдвоём и чтобы цены не кучались? Админу бобра Анон

8)Неизвестный 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 🤝😊

Ключевые лексемы и фразы:где купить, в каком магазине, чёрный худак, длинное вечернее облигающее платье, по средней цене, высокие чёрные конверсы, в дыре, кароч ишу, проколоть септум, без родаков, купить украшение, купить кофту, анон плиз, компанией сходить, потусоваться, отдохнуть, картинг, гдеее найти шоколадку, нету.

Можно заметить, что сферу интересов авторов записей данной группы составляют отдых и развлечения, внешний вид (предметы гардероба, украшения), вкусная еда. Все записи построены по модели «я». Фразы однообразны, в записях встречаются лексические и орфографические ошибки («анон плиз», «облигающее»), жаргонная лексика (худак, в дыре, кароч, родаков), искажения слов («нету»). Вербальное выражение эмоций отсутствует. Эмоции авторы записей выражают с помощью жаргонизмов (например, «в дыре», где автор под словом «дыра» подразумевает свой город, - так интернет-пользователь выражает негативную оценку и пренебрежение по отношению к городу, в котором живёт); добавления в слово лишних букв («гдеее») и использования знаков препинания («...слипкнот???»), которые показывают интонацию авторов; смайликов. Также в комментариях пользователей встречаются сокращения (анон, админ), что продиктовано мобильностью социальных сетей.

Таким образом, нами было проанализировано 17 записей. Все они построены по модели «я». Для них характерны простые и однотипные фразы, нарушение норм русского литературного языка, практически полное отсутствие вербального выражения эмоций, в большинстве записей используются жаргоны, сокращения и смайлики.

### Литература и источники

1. Баева, Л. В. Виртуальная коммуникация: особенности и этические принципы / Л.В. Баева // Философские науки. – 2015. – № 10. – С. 94–110.

18. 2. Социальные сети: комплексный лингвистический анализ: монография / под общей ред. Н. Д. Голева. — Кемерово: Издательство Кемеровского государственного университета, 2021. — 644 с.

3. Караулов, Ю. Н. Русская языковая личность и задачи её изучения / Ю. Н. Караулов, Е. В. Красильникова // Язык и личность: Сборник научных статей. – М.: Наука, 1989. – С. 3-10.

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

УДК 372.882

## **ФОРМИРОВАНИЕ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ СОПОСТАВИТЕЛЬНОГО АНАЛИЗА НА УРОКАХ ЛИТЕРАТУРЫ В ОСНОВНОЙ СОШ**

*Мешкова Н. О.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[meshkova\\_no@mail.ru](mailto:meshkova_no@mail.ru)

В настоящей статье «Формирование умений и навыков сопоставительного анализа на уроках литературы в основной СОШ» рассматривается сопоставительный анализ и развитие его навыков и умений у обучающихся на уроках литературы в средней общеобразовательной школе с целью успешной сдачи экзамена в перспективе. Результаты проделанной работы могут помочь улучшить качество преподавания литературы в средних общеобразовательных школах, создать новые методические разработки для более глубоко и правильного сопоставительного анализа произведений, выработать умения и навыки, которые пригодятся ученику при сдаче государственной итоговой аттестации по литературе. В статье раскрывается понятие сопоставительный анализ, описываются пути его становления, упоминается о трудах известных литературоведов таких, как А. Н. Веселовский и В. М. Жирмунский. Также анализируются работы учеников, ставшие итогом цикла уроков, посвященного изучению европейского романтизма и его преломления в русской литературе. Перед обучающимися седьмого класса стояла задача прочитать два произведения – «Дубровский» А. С. Пушкин и «Разбойники» Ф. Шиллера. Основанием для сопоставления стали: принадлежность обоих произведений к романтизму, тема разбойничества. Результатом сопоставительного анализа стало определение черт поэтики романтизма.

**Ключевые слова:** сопоставительный анализ, умения, навыки, основная школа, сравнительно-историческое литературоведение, государственная итоговая аттестация, урок литературы.

## **FORMATION OF SKILLS AND ABILITIES OF COMPARATIVE ANALYSIS IN LITERATURE LESSONS IN THE MAIN SECONDARY SCHOOL**

*Meshkova N.O.*

Kemerovo State University

This article "Formation of the skills and abilities of comparative analysis in literature lessons in the main secondary school" examines the comparative analysis and the development of his skills and abilities in literature lessons in a secondary school with the aim of successfully passing the exam in the future. The results of the work done can help improve the quality of teaching literature in secondary schools, create new methodological developments for a deeper and more correct comparative analysis of works, develop skills that will be useful to the student when passing the state final certification in literature. -tour. The article reveals the concept of comparative analysis, describes the ways of its formation, mentions the works of famous literary critics such as Alexander Nikolaevich Veselovsky and Viktor Maksimovich Zhirmunsky.

Students' work is also analyzed. Students of the seventh grade faced the task of reading two works - "Dubrovsky" by A. Pushkin and "Robbers" by F. Schiller. Through joint activities, we were able to identify the characteristics of romanticism. After getting acquainted with the works and features of the direction, the students had to compare the texts, since these works of two great writers were created in the direction of "romanticism" and cover one topic - robbery.

**Key words:** comparative analysis, abilities and skills, basic school, comparative historical literary criticism, state final attestation, literature lesson.

Сопоставительный анализ, которым пользуются все ученики, преподаватели студенты, берёт своё начало из сравнительно-исторического литературоведения. «Сравнительно-историческое литературоведение – раздел истории литературы, изучающий международные литературные связи и отношения, сходство и различия между литературно-художественными явлениями в разных странах» [4, 1987, с. 266]. Основоположителем данного метода является А. Н. Веселовский. Развитие его методологии обнаруживаем в трудах М. П. Алексева, А. И. Белецкого, Н. К. Гудзия, В. М. Жирмунского и др. Продуктивность этого метода для науки очевидна, но не менее важна методика сравнительного анализа и в практике школьного обучения литературе.

Сопоставительный анализ – одно из заданий в государственной итоговой аттестации по литературе. Данный тип является заданием повышенной сложности, где необходимо написать развернутый ответ из определенного количества предложений, сравнив тексты произведений и установив связь между ними. При этом ученик должен владеть теоретико-литературными понятиями и уметь анализировать произведения, не подменяя рассуждения пересказом. Именно поэтому необходимо формировать умения и навыки сопоставительного анализа, начиная с того момента, как обучающийся переходит из начальной школы в основную.

Проблема данного исследования заключается в развитии умений и навыков сопоставительного анализа на уроках литературы в 7 классе. Актуальность – результаты проделанной работы могут помочь улучшить качество преподавания литературы в средних общеобразовательных школах, создать новые методические разработки для более глубоко и правильного сопоставительного анализа произведений, выработать умения и навыки, которые пригодятся ученику при сдаче итоговой государственной аттестации по литературе.

Эксперимент проведен на базе МАОУ «СОШ №78» в 7 классе. Работа учеников входит в систему уроков по теме: «Ф. Шиллер «Разбойники» и А. С. Пушкин «Дубровский». Сопоставление произведений романтизма». В основу вошел сравнительно-исторический метод, который означает «способ исследования и объяснения различных явлений, при котором на основе установления сходства этих явлений по форме делается вывод об их генетическом родстве, т. е. об их общем происхождении» [1, 2007, с. 6].

Ученикам 7 класса средней общеобразовательной школы было предложено сопоставить произведения «Дубровский» А. С. Пушкина и «Разбойники» Фридриха фон Шиллера. Цель сравнительного анализа – увидеть сходства и различия немецкого и русского романтизма.

На первом этапе для достижения цели обучающиеся ознакомились с текстами. Второй этап заключался в изучении понятия «романтизм» и особенностей немецкого и русского направления. В заключении ученики самостоятельно провели сопоставительный анализ, где изначально была задача найти общие сходства и различия произведений, а далее распознать и сопоставить черты романтизма двух стран в данных текстах. Это отразилось в формулировке следующих заданий:

1. Запишите сходства произведений «Дубровский» А. С. Пушкина и «Разбойники» Фридриха фон Шиллера.
2. Чем отличаются произведения?
3. Найдите схожие и различные особенности немецкого и русского романтизма. Дополните черты примерами из текста.

Анализ самостоятельных работ учеников свидетельствует о том, что не все справились с третьим заданием. У некоторых обучающихся возникла сложность в понимании особенностей немецкого и русского романтизма. Некоторые не смогли найти черты направления в текстах писателей. Другая группа обучающихся увидела

особенности, подкрепила примерами из произведений, но не сопоставила, то есть не подытожила черты сходств и различий.

Также есть работы учеников, которые показали хороший результат. Например, семиклассникам была дана особенность, как в немецком романтизме, так и в русском – чувство любви выше разума. Ученица подтвердила данную характеристику текстом: «Амалия любила Карла, узнав, что он убийца. И готова была умереть из-за того, что Карл уходит». «Дубровский младший готов был пожертвовать всем ради Марии». Также в черты романтизма двух стран входит бунтарство. Здесь были приведены следующие примеры из произведения «Разбойники» Ф. фон Шиллера – «Карл ведёт себя, как обычный разбойник. Он, как и Владимир Дубровский, решает поджечь свой дом, а также совершает убийства». Из романа А. С. Пушкина – «В. Дубровский бунтует из-за того, кому достанется дом. В итоге он его сжигает, чтобы не достался никому». В первом задании многие заметили такую общую особенность, как разбойничья тема. Большинство учеников в третьем задании указывали и на двоемирие. У русского писателя один из учеников охарактеризовал это так: «Двоемирие в романе А. С. Пушкина заключается в мире Владимира Дубровского и Кирилла Троекурова. Мир Дубровского маленький, где «живет» справедливость и закон. Мир Троекурова больше. Здесь нет закона, порядка и справедливости». В драме Ф. фон Шиллера – «В произведении «Разбойники» тоже два мира. Один из них большой, где воплощается только зло. Это мир Франца. Второй – идеальный мир». Во втором задании, где нужно было найти различия, в нескольких работах была подмечена условность. То есть обучающиеся писали, что Владимир Дубровский и Карл Моор были разбойниками из-за отцов. Однако в драме Граф фон Моор отрекается от сына, а в романе Андрей Гаврилович Дубровский умирает.

Таким образом, проведя анализ самостоятельных работ, мы убедились в необходимости регулярной работы по формированию навыка сопоставительного анализа, так как не все ученики смогли выполнить некоторые задания. Особенную сложность вызвало третье. Однако у большинства получилось определить, что драма «Разбойники» Ф. фон Шиллера и роман «Дубровский» А. С. Пушкина имеют общую разбойничью тему. Также благодаря изучению особенностей немецкого и русского романтизма и сопоставлению двух произведений, обучающиеся 7 класса заметили и доказали следующие черты направления «романтизм» двух стран: двоемирие; чувство любви выше разума; бунтарство; условность событий. Подводя итог вышесказанному, мы можем утверждать, что в перспективе выполнения заданий подобного типа ученики выработают навык сопоставления и в будущем, на государственной итоговой аттестации, будут справляться с подобными задачами без особых трудностей.

#### **Литература и источники:**

1. Аминова, В. Р. Основы сравнительного и сопоставительного литературоведения: учеб. пособ. по спецкурсу для студентов специализации «Русский язык и литература в межнациональном общении» / В. Р. Аминова, Д. Ф. Загидуллина – Казань: Казан. гос. ун-т., 2007 – 48 с.
2. Жирмунский, В. М. Сравнительное литературоведение. Восток и Запад / В. М. Жирмунский. - Л.: Наука, 1979. - 495 с.
3. Ланин, Б. А. Литература 7 класс. Учебник для учащихся общеобразовательных организаций. / Б. А. Ланин, Л. Ю. Устинова, В. М. Шамчикова // Литература 7 класс. Учебник для общеобразовательных организаций. – М.: Вентана-Граф, 2016. – 337 с.
4. Литературный энциклопедический словарь / Под общ. ред. В. М. Кожевникова, П. А. Николаева – М.: Сов. энциклопедия, 1987. – 752 с.

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

## ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЯЗЫКОВЫХ КОРПУСОВ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

*Перевозчикова В.А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[vera.perevozchik@mail.ru](mailto:vera.perevozchik@mail.ru)

Корпусная лингвистика является одним из самых перспективных направлений в современной науке. А языковой корпус – большой массив языковых данных, который может быть задействован в обучении. В данной статье мы представим особенности и возможности использования языковых корпусов в учебном процессе. Несмотря на то, что использование корпусов в учебном процессе не так популярно, корпусный метод является эффективным инструментом работы с учениками в любой области, связанной с лингвистической сферой. Рассмотрение способов использования языковых корпусов в учебной деятельности будет проходить на основе Национального корпуса русского языка. Также, будет рассмотрено само понятие языкового корпуса, его критерии, основные направления применения корпуса в образовании. Перед тем, как обозначить области, в которых может быть задействован корпусный метод, обозначим возможные трудности, возникающие при использовании языкового корпуса в учебном процессе. И нами будет продемонстрирован вариант использования Национального корпуса русского языка в обучении на примере упражнения по русскому языку, который поможет раскрыть особенности использования языкового корпуса, его особенности и возможности.

**Ключевые слова:** языковой корпус, корпусный метод, корпусное преподавание, лингвистический корпус, Национальный корпус русского языка, корпусная лингвистика.

## FEATURES OF THE USING OF LANGUAGE CORPUS IN THE EDUCATIONAL PROCESS

*Perevozchikova V.A.*

Kemerovo State University

[vera.perevozchik@mail.ru](mailto:vera.perevozchik@mail.ru)

Corpus linguistics is one of the most promising areas in modern science. A language corpus is a large array of language data that can be used in training. In this article, we will present the features and possibilities of using language corpora in the educational process. Despite the fact that the use of corpora in the scientific process is not so popular, the corpus method is an effective tool for working with students in any field related to the linguistic sphere. Consideration of the ways of using language corpora in educational activities will take place on the basis of the National Corpus of the Russian language. Also, the very concept of the linguistic corpus, its criteria, the main directions of the corpus application in education will be considered. Before identifying the areas in which the corpus method can be used, let us outline the possible difficulties that arise when using the language corpus in the educational process. And we will demonstrate the option of using the National Corpus of the Russian language in teaching using the example of an exercise in the Russian language, which will help to reveal the features of using the language corpus, its features and capabilities.

**Key words:** linguistic corpus, corpus method, corpus teaching, language corpus, National corpus of the Russian language, language corpora.

Корпусная лингвистика – область, которая фокусируется на наборе процедур или методов изучения языка. Используя эти процедуры, мы можем применять корпусный подход ко многим областям не только лингвистики. Корпусный подход можно применять и в преподавании русского языка. В частности, в образовательной сфере может быть использован Национальный корпус русского языка.

На данный момент нет единого общепринятого определения понятия «языковой корпус». Для работы возьмем достаточно емкое определение из учебника В. П. Захарова, которое включает в себя основные его критерии: языковой (лингвистический) корпус – «большой, представленный в машиночитаемом виде, унифицированный, структурированный, размеченный, филологически компетентный массив языковых данных, предназначенный для решения конкретных лингвистических задач» [1]. Изучением, разработкой принципов построения и использования языковых корпусов занимается корпусная лингвистика, появившийся относительно недавно, но быстро развивающийся раздел языкознания. Основная особенность построения и использования языкового корпуса – это применение компьютерных технологий. Поэтому корпусная лингвистика может считаться самым перспективным и актуальным направлением современной науки.

Корпусный метод может применяться не только ко многим областям лингвистики, но и использоваться в преподавании. На данный момент существует три направления применения корпуса в образовании: «1) составление заданий и упражнений с использованием корпусного материала; 2) организация самостоятельной исследовательской работы учащихся; 3) экспертиза учебников и словарей» [4]. Корпусный метод может быть задействован в учебном процессе как студентов гуманитарных направлений, так и школьников на уроках русского языка и литературы. Для организации учебной деятельности с использованием корпусного метода можно использовать Национальный корпус русского языка.

Национальный корпус русского языка – «это информационно-справочная система, основанная на собрании русских текстов в электронной форме» [3]. Как только Национальный корпус русского языка (НКРЯ) стал «достоянием широкой общественности, он начал осмысляться как инновационное средство обучения» [4]. Несмотря на активную деятельность разработок программ введения Национального корпуса русского языка в процесс обучения, многие преподаватели, знакомые с Национальным корпусом русского языка, не используют его в учебной деятельности. Несомненно, использование Национального корпуса русского языка в процессе обучения связано с определенными трудностями. Например, одну из сложностей представляет выбор материала, соответствующего уровню развития учеников. Речь идет, конечно же, об учениках младшей и средней школы. Или формат материала, который может не вызывать интереса у учащихся. Речь опять же идет об учениках младшего и среднего звена. То есть для задействования Национального корпуса русского языка в процессе обучения школьников необходимо приложить чуть больше усилий, сделать материал более интересным, а также выбирать более доступный материал для понимания и работы с ним. Но самая главная проблема – научить учеников навыкам пользования корпусом.

Однако, преодолев трудность и обучив учеников пользоваться корпусом, преподаватель получает возможность задействовать в учебном процессе эффективный инструмент работы с учениками. Использование корпусного метода, задействование Национального корпуса русского языка в процессе обучения может быть полезно как учителям в школе, так и преподавателям в высшем учебном заведении. Давайте перечислим некоторые курсы, где удобно было бы использовать корпус: 1) конечно же, уроки русского языка. Упражнения, разработанные на основе корпуса, помогут разнообразить речевой опыт учеников; 2) уроки литературы. Использование корпуса будет эффективно при междисциплинарном формате, например с историей.

Национальный корпус русского языка станет хорошим инструментом для поиска информации, а также поможет организовать собранную информацию; 3) занятия по подготовке к ГИА и ЕГЭ. Созданные при помощи Национального корпуса русского языка сборники упражнений помогут сделать процесс подготовки к экзаменам более эффективным, а также пополнить состав учебников для подготовки учеников к ГИА и ЕГЭ; 4) исследовательские проекты. Национальный корпус русского языка поможет в сборе интересной информации и может сделать проект более оригинальным; 5) русский язык как иностранный. Национальный корпус русского языка поможет облегчить подготовку преподавателя к занятиям по обучению русского языка как иностранного, даже если у учителя нет специальной подготовки [2].

Давайте рассмотрим примеры использования Национального корпуса русского языка в учебном процессе (для примера возьмем упражнения для уроков по русскому языку). Упражнение: «используя материалы корпуса, докажите, что существительные *фильм, метод, карусель* изменили свою родовую принадлежность. Проверьте, употребляются ли устаревшие родовые варианты в современной речи» [4]. Для того, чтобы выполнить данное упражнение, ученикам нужно придумать эффективный и простой путь решения. Простой поиск слов не даст результата. Здесь следует упорядочить результат поиска по дате создания. Применяя данный алгоритм, ученики обнаружат, что слова из первых результатов поиска и правда имеют другую родовую принадлежность. А чтобы выполнить вторую часть упражнения и ответить на вопрос, употребляются ли устаревшие родовые варианты в современной речи, необходимо использовать лексико-грамматический поиск. Использовать нужно, конечно же, предполагаемую начальную форму с устаревшей родовой принадлежностью. После этого ученики обнаружат, что устаревшие родовые формы данных слов не используются в современной речи. За исключением единичного случая со словом *фильма*, которое используется для архаизации.

Также, например, Национальный корпус русского языка может быть задействован в учебном процессе для того, чтобы проверить, какое написание слова закрепилось или закрепиться (если говорить о новой заимствованной лексике) в русской речи. Можно привести множество вариантов упражнений с использованием Национального корпуса русского языка с разной степенью сложности, подходящих как для студентов, которые вполне могут самостоятельно придумать пути решения поставленных задач, так и для школьников, которым нужно помочь выстроить алгоритм поиска нужной информации.

В заключение отметим, что на сегодняшний день языковой корпус активно осмысливается как эффективный инструмент и инновационное средство обучения. Использование языковых корпусов в учебном процессе имеет определенные особенности, которые были представлены в статье. Главная из них, конечно же, подготовка учащихся для работы с корпусами. Но овладев навыками работы с корпусами, ученики получают возможность использовать в своей учебной деятельности инструмент быстрого поиска и организации информации. А преподаватели, владеющие навыками работы с корпусами и использующие их в работе, получают большой ресурс, который может снабдить их нужной информацией для организации учебной деятельности. Также, перечислим основные особенности, затронутые нами в статье: отсутствие нормативной фильтрации, содержание старых текстов (например, в Национальный корпус русского языка включены тексты от восемнадцатого века до нашего времени), большой инструментарий для работы с ним. Так что, учитывая особенности и преимущества, корпусный метод может стать эффективным инструментом в организации учебной деятельности.

#### **Литература и источники**

1. Захаров В. П. Корпусная лингвистика: учебник для студентов гуманитарных вузов. Иркутск: ИГЛУ, – 2011. – 161 с.

2. Левинзон А. И. Корпусное преподавание в российской школе // Труды Института русского языка им. В. В. Виноградова. – 2015. – № 6. – С. 641–658.
3. Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс]. URL: <http://ruscorpora.ru> (дата обращения: 09.04.21).
4. Ольховская, А. И. Корпусное преподавание русского языка / А. Н. Ольховская // Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина. – М: Вестник ТПГУ, – 2019. – № 2. – С. 98-107.

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

**УДК 81'27**

## **ТЕКСТ КАК ПОКАЗАТЕЛЬ СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКИХ И СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ КОММУНИКАЦИИ**

***Поряднева В.В.***

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»  
porjadnevaviktoria@yandex.ru

Проблематика исследования вписывается в контекст социолингвистического направления, включающего основные положения языкознания и методики преподавания русского языка как иностранного, направленного на формирование социокультурной компетенции иностранных граждан. Важным аспектом в процессе обучения является коммуникативная цель, которая подразумевает умение понимать говорящего, читать, говорить на изучаемом языке и писать. В методику преподавания РКИ включаются новые стратегии обучения, которые формируются на основании научных трудов в области когнитивной лингвистики, языковой картины мира, взаимодействия языка и культуры. Материалом исследования являются тексты, раскрывающие социокультурные традиции, особенности коммуникации носителей русского языка. Причиной выбора такого рода текстов является тот факт, что происходит формирование и развитие социокультурной компетенции в процессе обучения русскому языку иностранных граждан. Такого рода действие ведет к тому, что студенты смогут грамотно выстраивать диалог, избегать коммуникативных неудач, а также развивать свои творческие способности. Овладение в процессе обучения терминологией, профессионально-специальной, разговорной и научной лексикой. Исследование проводится на материале научных трудов Е. И. Пассова, П. С. Богданова, М. Ф. Овчинниковой и О. В. Хабаровой.

**Ключевые слова:** социолингвистический компонент, социолингвистическая компетенция, русский язык как иностранный, преподавание русского языка как иностранного.

## **TEXT AS AN INDICATOR OF SOCIOLINGUISTIC AND SOCIOCULTURAL FEATURES OF COMMUNICATIONS**

***Poryadneva V. V.***

Kemerovo State University

The research problem fits into the context of the sociolinguistic direction which includes the main provisions of linguistics and methods of teaching Russian as a foreign language aimed at the formation of the socio-cultural competence of foreign citizens. An important aspect in the learning process is the communicative goal, which implies the ability to

217

understand the speaker, read, speak the target language and write. The methodology of teaching RFL includes new teaching strategies that are formed on the basis of scientific works in the field of cognitive linguistics, the linguistic picture of the world, the interaction of language and culture. The material of the research is texts that reveal socio-cultural traditions the peculiarities of communication of native speakers of the Russian language. The reason for choosing this kind of texts is the fact that the formation and development of socio-cultural competence is taking place in the process of teaching Russian to foreign citizens. This kind of action leads to the fact that students will be able to competently build a dialogue, avoid communication failures, and also develop their creative abilities. Mastering in the process of teaching terminology, professional, colloquial and scientific vocabulary. The research is carried out on the material of scientific works of E. I. Passov, P. S. Bogdanov, M. F. Ovchinnikova and O. V. Khabarova.

**Key words:** sociolinguistic component, sociocultural competence, Russian as a foreign language, teaching Russian as a foreign language.

Актуальность и научная новизна исследования определяются сочетанием нескольких научных направлений: собственно лингвистического – фонетические, лексические, грамматические особенности текста; социолингвистического – условия функционирования языка; методического – определение приоритетных форм и методов изучения русского языка; культурологического – отражение в текстах различных жанров традиций национальной культуры.

Развитие межкультурной коммуникации диктует необходимость наиболее полного понимания социокультурных ценностей народа, содержащихся в языке, в художественных и публицистических текстах, в различных коммуникативных ситуациях. Понимание специфики речевого и неречевого поведения носителей языка, системы ориентиров, характерных для иноязычной культуры, обеспечивает успешное изучение иностранного языка.

Цель исследования – включение социолингвистического компонента в процесс обучения иностранных граждан русскому языку на основе культурогенных текстов.

Теоретическую базу исследования составляют основные положения, содержащиеся в научных трудах М.Ф. Овчинниковой [2], определяющей социолингвистическую компетенцию как «способность языковой личности организовывать свое речевое поведение адекватно ситуациям общения с учетом коммуникативной цели, намерения, социальных статусов, ролей коммуникантов и обстановки общения в соответствии с социолингвистической нормой и установками конкретного национально-лингво-культурного сообщества»; О.В. Хабаровой [5], выделяющей основные признаки текстов, наиболее актуальных при обучении русскому языку иностранных граждан. П. С. Богданов ой [1], рассматривающей проблему анализа художественного текста; Е. И. Пассова [3], указывающего на необходимость изучения национальной культуры для глубокого понимания языка, отражающего культурные ценности народа.

Таким образом, в процессе изучения русского языка как иностранного важная роль отведена социокультурной составляющей, которая влияет на потенциал становления личности, включает в себя знания, умения и навыки коммуникативного и культурного характера. Посредством такого обучения развивается культура речевого общения, происходит освоение чужой и переосмысление собственной культуры, а также создание положительной мотивации учеников.

#### **Литература и источники**

1. П.С. Богданова, В.Г. Мехтиев. Литература в обучении иностранных студентов русскому языку. *Studia Humanitatis*. 2018. № 4. [www.st-hum.ru](http://www.st-hum.ru).

2. М. Ф. Овчинников. Социолингвистические факторы коммуникативной ситуации и их отражение в УМК по английскому языку для общеобразовательной школы. Улан-Удэ, 2019.

3. Е.И. Пассов. Коммуникативное иноязычное образование (Концепция развития индивидуальности в диалоге культур). Липецк, 1998. - 158 с.

4. Е.И. Пассов. Основы коммуникативной методики обучения иноязычному общению. М.: Русский язык, 1989. - 276 с.

5. О.В. Хабарова. Роль и место социокультурного компонента в практике преподавания русского языка как иностранного. Калининград, 2013 . – 33-38 с.

*Научный руководитель – к.ф.н., доцент Чабаненко М. Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

**УДК 81**

## **ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ ПРОИЗВЕДЕНИЙ А.С. ПУШКИНА В ОБУЧЕНИИ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ НА УРОКАХ ЛИТЕРАТУРНОГО ЧТЕНИЯ**

*Самукина Т.П.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[shicova\\_1995@mail.ru](mailto:shicova_1995@mail.ru)

Книга оказывает огромное влияние на человека. Во время инновационных технологий и человеку не обойтись без чтения. Но, только научившись читать в начальной школе, ребята чаще зависят от телевидения и компьютера. Задерживается процесс чтения, пропадает интерес к нему. Из-за этого замедляются и процессы интеллектуальной деятельности: ребята медленнее прочитывают условие задачи, упражнения, забывают его суть перед тем, как начнут выполнять. Есть много понятий и терминов, о которых они должны иметь некоторое представление в этом возрасте, но которые им просто неизвестны и не имеют отношения к ним. Художественная литература имеет огромный потенциал для развития и образования: развивает его ум, приобщает ребенка к духовному опыту человечества, облагораживает чувства. Учебники по чтению предусматривают изучение отечественных классиков. Младшие школьники знакомятся с такими писателями как В.А. Жуковский, И.А. Крылов, И.З. Суриков, Н.А. Некрасов, М.Е. Салтыков-Щедрин, М.Ю. Лермонтов, Л.Н. Толстой, А.С. Пушкин. А.С. Пушкин с нами на разных этапах жизни, в головокружительные часы радости и минуты печали. Он вошел в наш язык, сделал его более ярким и насыщенным. Его работы оказали такое огромное влияние на всю нашу культуру, что мы, кажется, не замечаем его присутствия как воды, так как вода источник жизни, и мы не можем обойтись без воды и без творчества А.С.Пушкина. А.С. Пушкин не писал для детей, но история русской детской литературы немыслима без его произведений, а русское общество - без их воспитательного влияния. Как известно из истории русской литературы у достаточно произведений для детей, мы рассмотрим, какое влияние оказывают произведения А.С.Пушкина на школьников.

**Ключевые слова:** педагогика, значение, произведение, А.С.Пушкин, литературное чтение, обучение, младшие школьники.

## PEDAGOGICAL SIGNIFICANCE OF A.S. PUSHKIN IN THE TEACHING OF YOUNGER SCHOOLS IN THE LESSONS OF LITERARY READING

*Samukina T. P.*

Kemerovo State University

The book has a huge impact on a person. During innovative technologies, even a person cannot do without reading. But, only after learning to read in elementary school, children are more likely to depend on television and computers. The reading process is delayed, interest in it disappears. Because of this, the processes of intellectual activity also slow down: children read the condition of the task, exercises more slowly, forget its essence before starting to fulfill it. There are many concepts and terms about which they should have some idea at this age, but which they simply do not know and have no relation to them.

Fiction has a huge potential for development and education: it develops his mind, introduces the child to the spiritual experience of humanity, ennobles the senses. Reading textbooks provide for the study of Russian classics. Younger schoolchildren get acquainted with such writers as V.A. Zhukovsky, I.A. Krylov, I.Z. Surikov, N.A. Nekrasov, M.E. Saltykov-Shchedrin, M.Yu. Lermontov, L.N. Tolstoy, A.S. Pushkin. Alexander Sergeevich is with us at different stages of life, in dizzying hours of joy and moments of sadness.

. He entered our language, made it brighter and more saturated. His works have had such a huge impact on our entire culture that we do not seem to notice his presence as water, since water is the source of life, and we cannot do without water and without the creativity of A.S. Pushkin.

A.S. Pushkin did not write for children, but the history of Russian children's literature is unthinkable without his works, and Russian society without their educational influence. As is known from the history of Russian literature, A.S. Pushkin has enough works for children, we will consider what influence the works of Pushkin have on schoolchildren.

**Key words:** pedagogy, meaning, work, A.S. Pushkin, literary reading, teaching, younger students.

Читая произведение, ученик учится высказывать собственное мнение, отношение к прочитанному, оценивать собственное эмоциональное состояние, анализирует образы героев. Первыми в круг детского чтения, как правило, входят сказки Пушкина, а нередко знакомство со сказочным миром поэта начинается с пролога к поэме «Руслан и Людмила» - «У лукоморья дуб зелёный...». Небольшое художественное пространство этого пролога вмещает в себя множество мотивов и образов народных сказок, воссоздавая атмосферу их волшебного мира. Сказки Пушкина также имеют фольклорную основу, но воспринимаются уже как совершенно оригинальные авторские произведения.[3]

За традиционной поэтикой сказок скрываются социальные и психологические коллизии, несомненно, что А.С. Пушкин относится к сказке прежде всего как к жанру, сохраняющему определенные этические ценности и моральные идеалы. Созидая образы сказочных героев, поэт исследует природу человека, ищет в нем то, что остается вечным и неизменным во все времена, на чем основаны мир и человек. Чуть позже ребята знакомятся с образами пушкинской лирики. Это стихотворения самой разнообразной тематики: о любви, о дружбе и природе, об истории Родины и т.д. Так же, как и сказки, стихи великого поэта незаметно становятся частью той языковой среды, в которой формируется речь и сознание подрастающего человека. Эти стихи легко запоминаются и остаются в памяти едва ли не на всю жизнь, незримым образом определяя весь духовный строй личности, ведь именно Пушкин является создателем современного русского литературного языка, языка, на котором говорит современный образованный человек.

Поэзия и проза поэта воспринимается как неотъемлемая часть круга детского чтения, с произведениями великого поэта читатели знакомятся едва ли не в самом раннем возрасте, они включены в школьную программу и сопровождают юного читателя в течение его взросления. [2] В младшем школьном возрасте закладывается фундамент нравственного поведения, происходит усвоение моральных норм и правил поведения, начинает формироваться общественная направленность личности. [1]

Произведения А.С. Пушкина привлекают внимание детей динамичным сюжетом, необычными ситуациями и событиями, сценами, полными чудес и роскоши. И так как каждая деталь в них естественна, реальна, тесно связана с жизнью или взята из мира, окружающего ребенка, то они легко воспринимаются, и в то же время вызывают удивление, воспитывают благородные чувства. Произведения А.С. Пушкина сопровождают своего читателя и дальше: взрослея, он знакомится с пушкинской прозой и драматургией, романом в стихах «Евгений Онегин» и поэмами. Так, А.С. Пушкин создал целостный мир, без которого уже нельзя представить себе отечественную детскую литературу.

Таким образом, можно видеть, что произведения А.С.Пушкина оказывают огромное значение на школьника, так как расширяется представление о мире, знакомство с его вещами, природой, всем, что его окружает. Художественные произведения нельзя вытеснять из жизни школьников, так как процессы интеллектуальной деятельности стремительно развиваются и обогащаются благодаря чтению и анализу произведений.

#### **Литература и источники**

1. Давыдов В.В., Слободчиков В.И., Цукерман Г.А. Младший школьник как субъект учебной деятельности. / В.В. Давыдов, В.И. Слободчиков, Г.А. Цукерман. – М.: Вопросы психологии,– 2002.
2. Джежжелей О.В. Формирование круга чтения младших школьников. /О.В.Джежжелей. – М.: Начальная школа. – 1989.
3. Богданова О.Ю., Маранцман В.Г. Методика преподавания литературы. /О.Ю. Богданова, В.Г. Маранцман. – М.: Просвещение,– 1995.

*Научные руководители – д-р филол. наук, проф. Налегач Н. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

УДК 81

## ВЛИЯНИЕ СМИ НА ПОЛИТИЧЕСКОЕ МИРОВОЗЗРЕНИЕ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА: ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

*Васильева А.О.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[annavasileva20201@gmail.com](mailto:annavasileva20201@gmail.com)

В статье представлено исследование в русле лингвокультурологии влияния СМИ на политическое мировоззрение современного российского общества. Автор рассматривает данную проблему через сознание рядовых носителей языка. Принимаются во внимание способы влияния СМИ на мировоззрение граждан. Материалом исследования являются интернет комментарии. Цель нашего исследования – рассмотрение влияния СМИ на сознание людей. Средства массовой информации и интернет принимают большое участие в формировании мнения человека на политику. Понимая механизм работы, а также методы воздействия СМИ на мировоззрение человека, мы научимся более избирательно относиться к принимаемой информации, критически оценивать ее.

**Ключевые слова:** русский, СМИ, Интернет, лингвокультурология, политика, мировоззрение.

## THE INFLUENCE OF THE MEDIA ON THE POLITICAL WORLD OUTLOOK OF THE MODERN RUSSIAN SOCIETY LINGUOCULTUROLOGICAL ASPECT

*Vasileva A.O.*

Kemerovo State University

The article presents a study of the influence of the media on the political worldview of modern Russian society in the context of cultural linguistics. The author examines this problem through the minds of the inhabitants. The ways in which the media influence the worldview of citizens are taken into account. The research material is internet comments. The aim of our research is to examine the influence of the media on the consciousness of people. The mass media and the Internet play an important role in shaping a person's opinion on politics. Understanding the mechanism of work, as well as the methods of influence of the media on a person's worldview, we will learn to be more selective in the information received, to avoid the flow of material that clogs the minds of people. Also, it will allow you to protect yourself from unnecessary exposure to harmful information.

**Key words:** russian, mass media, Internet, cultural linguistics, politics, worldview

Политическое мировоззрение – это совокупность знаний и интересов, касающихся политической жизни государства. У каждого человека, безусловно, есть своя точка зрения относительно политики, лидеров страны. Сейчас люди имеют возможность узнавать новости практически из любой точки мира в связи с развитием сети Интернет

и средств массовой информации. Так, активными пользователями становятся все граждане, независимо от возрастной категории. Цель нашего исследования – изучить влияние СМИ на сознание современных граждан. Объектом изучения является мировоззрение россиян в области политики. Мы ставим перед собой задачу провести анализ интернет-комментариев, классифицировать собранный материал и проанализировать его с позиции лингвокультурологии.

Как мы знаем, человек не может прожить вне социума, только путем общения и различного рода взаимодействия люди проходят процесс социализации. Новости являются одним из эффективных источников информации, посредством СМИ люди поглощают огромный массив данных. В разряд злободневных и наиболее популярных тем для обсуждения входит политическая сфера деятельности. СМИ оказывают значительное влияние на мнение граждан: при помощи различных манипуляций средства массовой информации формируют общественную позицию человека. Н. В. Розенберг пишет в своей работе: «Просмотр новостей, рекламы, развлекательных передач и шоу, сериалов, а также гороскопов, прогнозов погоды и т. п. прочно вошел в нашу жизнь, и человек даже не подозревает о том влиянии, которое данный процесс оказывает на формирование его жизненных установок, поведенческих стереотипов, привычек, всего того, что составляет нашу повседневность. А формирование это напрямую связано с работой СМИ» [1]. Таким образом, мы можем сказать, что СМИ влияют на ценностные ориентиры граждан.

Горбатов Н.В. и Малькевич А.А. выделяют следующие функции средств массовой информации: 1) информационно-коммуникативная; 2) социализирующая (передача ценностей и норм); 3) артикуляционная; 4) контролирующая; 5) защищающая; 6) мобилизирующая [2]. Эти функции являются инструментами по управлению людьми. Данные функции регулируют политическое сознание граждан, формируя его таким образом, как удобно власти. Однако в последние несколько лет особенно усилилось влияние Интернета на мировоззрение людей. Власть использует свои пропагандистские методы для воздействия на сознание граждан в свою пользу. В большинстве своем власть влияет на такие СМИ, как радио, телевидение, газеты, однако в сети Интернет более свободное поле для высказываний и более точных источников с новостями, поэтому человеку проще получить «правдивую» информацию именно из этого ресурса.

Мы рассмотрим новость о задержании губернатора Хабаровского края Сергея Ивановича Фургала, на нее граждане отреагировали очень резко, выйдя в том числе на митинги в его поддержку. В сети Интернет журналист Илья Варламов выложил видеоролик, в котором подробно описал ситуацию. Ниже представлены классификации комментариев:

1. Комментарии, критикующие власть:

*1) СВОБОДУ СЕРГЕЮ ИВАНОВИЧУ ФУРГАЛО...а Путина в отставку. Путин уходи.*

*2) оказывается, если чиновник просто будет работать, то он может запросто переплюнуть по популярности путина за пару лет...азахаххаха*

*3) ПУТИНА В ОТСТАВКУ! СВОБОДНАЯ РОССИЯ БЕЗ ПУТИНА! СВОБОДУ ФУРГАЛУ СЕРГЕЙ ИВАНОВИЧУ! ФУРГАЛА В ПРЕЗИДЕНТЫ РОССИИ!*

*4) Дегтярёв - это насмешка и плевок всем Хабаровчанам. Пренебрежение народом зашкаливает. КРАЙ МИТИНГУЕТ И НИ ОДИН ПРЕДСТАВИТЕЛЬ ВЛАСТИ НЕ ОБРАТИЛСЯ К НАРОДУ!*

5) *Еще две недели назад я знать не знал кто такой этот Фургал. Но если бы он прямо сейчас баллотировался в президенты РФ, я бы проголосовал за него не задумываясь. Уверен, что я не один такой. И еще больше я уверен, что Путин не просто недоволен Фургалом именно сейчас, но еще боится такого Фургала в будущем.*

В данной группе комментариев описывается недовольство народа властью. Все упоминают в своих высказываниях президента страны, открыто критикуя его. Люди осуждают политическую систему государства.

2. Комментарии с опорой на религиозную составляющую:

- 1) *Фургал, держись пожалуйста, Боже спаси, сохрани и освободи его!!!*
- 2) *Перед сном прошу Высшие Силы помочь освободить Сергея нашего родного!*

Религиозный фактор - один из самых главных в русской культуре. В большинстве трудных ситуаций люди обращаются к высшим силам в надежде на их помощь. Так, вышеупомянутые комментарии отражают данную специфику русской культуры, что подчеркивает такую особенность, как опора на религиозную составляющую.

3. Комментарии поддерживающие Сергея Ивановича Фургало:

- 1) *Все верно поведаль!!! Фургал красавчик!!!! Фургал наш герой!!!*
- 2) *народ не дурак кого попало не полюбит, а в людях знает толк*
- 3) *Господи! Какой же он настоящий, человечный и народный! Все для народа! До слез обидно, что таких людей единицы и тех система старается убрать.*
- 4) *Ни один губернатор в России так не старался для людей как Фургал этого человека даже приятно слушать*

В видеоролике Ильи Варламова перечислялись достоинства и заслуги С.И. Фургало перед жителями Хабаровского края. Неожиданное задержание губернатора вызвало волнение и недовольство среди людей. Так, многие выходили на митинги в его поддержку. Данные комментарии поддерживают Фургало: люди хотят восстановить справедливость, освободить его из заключения.

4. Комментарии, в которых выражается благодарность Илье Варламову:

- 1) *А ведь Фургал просто делал то, что ОБЯЗАН ДЕЛАТЬ КАЖДЫЙ чиновник придя к власти! Илья, спасибо за видео. А если бы каждый был как Фургал, вот тут бы мы действительно зажили*
- 2) *Спасибо за видео. Теперь я в теме. Хабаровчанам - сил, терпения и ... да что там, аплодирую стоя!*
- 3) *Теперь хочу Фургала в президенты! Ну, Илья, ну пиарщик... Талант!*
- 4) *Спасибо. Интересно, я тоже случайно узнала о Фургале. Все о нем пересмотрела, жду, когда он вернется !!!*

Многие люди, которые не являются жителями Хабаровского края, узнали о задержании С. И. Фургало из сети Интернет. Так, одним из распространителей информации стал блогер журналист Илья Варламов. В своем видео он подробно рассказал о задержании Фургало, о его личности, о новом губернаторе вместо Фургало, заслугах Сергея Ивановича перед людьми и так далее. Безусловно, Илья Варламов раскритиковал власть, которая приняла решение о задержании Фургало. Так, большинство зрителей Ютуб канала «varlamov» поверили ему и согласились с его мнением. Мы можем выделить несколько способов влияния Ильи Варламова на мировоззрение обывателей: 1) яркая картинка; 2) описание личности Фургало, чтобы люди прониклись его ситуацией; 3) сравнение «старого» губернатора и «нового»; 4) демонстрация видео, в которых Фургало участвует в общественной жизни Хабаровского края.

В заключение хочется отметить, что различные СМИ имеют своеобразные способы воздействия на сознание общества. Так, пути влияния зависят от предпочтений аудитории, категории слушателей и т.д. Безусловно, СМИ могут иметь как положительное, так и отрицательное действие.

### **Литература и источники**

1. Розенберг Н.В. Влияние средств массовой информации на образ жизни молодежи / Н.В. Розенберг // Наука. Общество. Государство. – 2015. – №1-3. – С. 134-141.
2. Горбатова Н. В., Малькевич А. А. Современные СМИ как инструмент политической социализации молодежи / Н.В. Горбатова, А.А. Малькевич // Управленческое консультирование. – 2015. – № 5(77). – С. 52-65.
3. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=OKtgwWdZ44g>

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

**УДК 811.11**

## **МОРФОЛОГИЧЕСКИЕ И ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ IT ТЕРМИНОЛОГИИ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ**

*Дерябин А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[hpyax201@gmail.com](mailto:hpyax201@gmail.com)

Настоящая статья посвящена морфологическим особенностям терминов из сферы информационных технологий в немецком языке. Автор исследует особенности таких слов с точки зрения их морфологических и грамматических признаков. Автор выделяет два вида терминов из информационной сферы, среди которых названы слова немецкого языка, образованные из исконно немецких слов, а также заимствования из английского языка. Используя метод количественного подсчета, автор выявляет основные способы словообразования, наиболее частотный грамматический класс слов-терминов из IT-сферы, а также англоязычные заимствования.

**Ключевые слова:** термин, информационные технологии, немецкий язык, терминоведение, калькирование, англоязычные заимствование, словообразование, английский язык

## **MORPHOLOGICAL AND GRAMMATICAL FEATURES OF IT TERMINOLOGY IN GERMAN LANGUAGE**

This article is devoted to the morphological features of terms from the field of information technology in the German language. The author examines the features of such words in terms of their morphological and grammatical features. The author identifies two types of terms from the IT-sphere: the words of the German language formed from native German words and borrowings from English.. Using the method of quantitative calculation, the author identifies the main ways of word formation, the most frequent grammatical class of word terms from the IT sphere, as well as English-language borrowings.

**Key words:** term, information technology, German language, terminology, calquing, English borrowed words, word formations, English language

В настоящее время цифровые технологии стали частью современной жизни, слова связанные с информационными технологиями вошли в наш лексикон и поэтому изучение IT терминологии является очень актуальным.

Согласно лингвистическому словарю Розенталя, *термин* - это слово или словосочетание, точно обозначающее какое-либо понятие, применяемое в науке, технике, искусстве. В отличие от слов общеупотребительных, которые часто бывают многозначными, термины, как правило, однозначны, им не свойственна также экспрессия [2]. Такие слова изучает научная дисциплина терминоведение, которая представляет собой комплексную научную дисциплину, возникшую на основе языкознания, которая дифференцирует лингвистический подход к терминам от взглядов логиков, философов, социологов и историков науки. В этом смысле термины являются лингвистическими единицами, передающими концептуальное содержание в рамках текстов специализированного знания. Для понимания природы терминологии, процесс передачи знания также важен, как и концепты, которые она обозначает. Терминологические единицы, таким образом, представляют собой предмет именно лингвистического анализа [6, с.8].

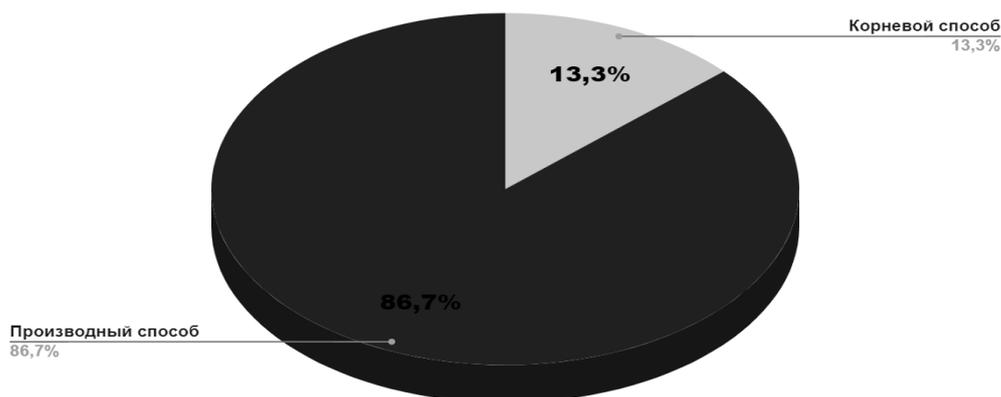
Цель данного лингвистического исследования является рассмотрение функционирования слов, связанных с IT технологиями в немецком языке. Материалом исследования являются термины из IT сферы, отобранные методом сплошной выборки из немецкого языка. Всего исследовано 46 лексических единиц. В ходе анализа терминов из IT сферы, нами было обнаружено, что данные термины можно разделить на несколько групп. Во-первых, это собственные немецкие слова, которым добавляется новое значение, связанное с информационными технологиями. Во-вторых, говоря о немецкой терминологии в сфере Информационных технологий, стоит учесть, что большая часть слов заимствована из английского языка. В-третьих, существуют немецкие эквиваленты английским словам, которые часто образуются по правилам немецкой грамматики, часто повторяя структуру английского слова.

**Исконные слова** - это слова немецкого языка, вошедшие в его первоначальный словарный состав или образовавшиеся впоследствии из лексического материала этого языка. Приведем несколько примеров исконно-немецких слов, которые получили дополнительное значение в сфере информационных технологий:

**hinzufügen** - добавлять (английский - "to add"), **die Einstellungen** - настройки (английский - "Settings"), **löschen** - удалить (английский - "to delete"), **die Suchmaschine** - поисковой сайт (английский - "a search site"), **speichern** - сохранять (английский - "to save ; to store"), **anschließen** - подключать (английский - "to connect").

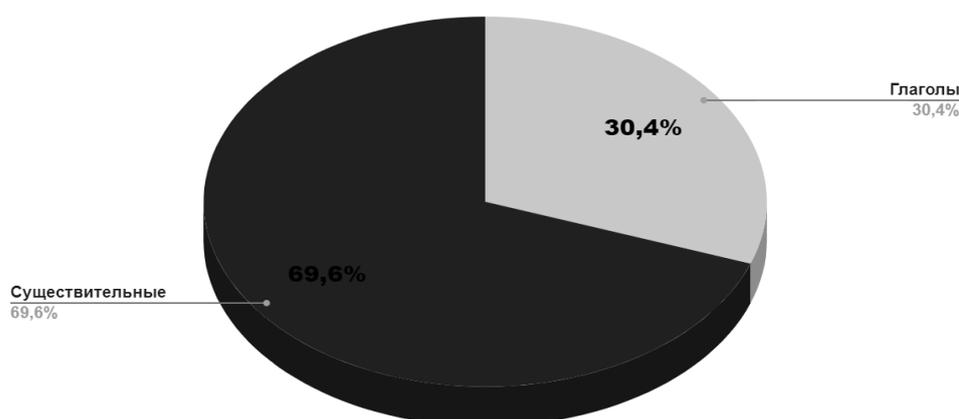
Всего в этой группе было найдено 15 слов. Данные слова были рассмотрены по словообразовательным моделям. Большинство слов из этой группы - производные, образованные с помощью немецких суффиксов и приставок.

Диаграмма 1 .Словообразование терминов из IT сферы.



Во всем мире США лидируют в IT технологиях. Поэтому наличие заимствований из английского языка является закономерным. Кроме того, как отмечают многие исследователи (Смирнова, 2016) [7], заимствования из английского языка вошли в широкое употребление в немецком языке, а в сфере IT особенно. Примеры такие заимствований: **die Webcam** - вебкамера (*английский* - “**webcam**”), **das Modem** - модем (*английский* - “**modem**”), **das Mauspad** - коврик для мышки (*английский* - “**mousepad**”), **tippen** - печатать (*английский* - “**to type**”), **anklicken** - нажатие мышки, кликать (*английский* - “**to click**”), **scrollen** прокручивать (*английский* - “**to scroll**”). Общее количество найденных слов составило 23 слова, больше всего существительных. Изобретается новое явление и заимствуется слово из английского языка для обозначения этого явления.

Диаграмма 2. Распределение по грамматическим классам слов терминов из IT сферы



#### Немецкие эквиваленты английским словам

В группе данных слов применяются немецкие слова, созданные на основе структуры английского слова, отражающего данное значение. Английские слова заимствуются с помощью калькирования. Слово звучит по-немецки, а заимствуется структура слова. Ахманова О.С. дает следующее определение процессу калькирования: «Калькирование – это образование новых слов или введение в язык новых способов синтаксического

построения путем заимствования лексико-семантических и лексико-синтаксических моделей другого языка или языков и заполнение их морфемами данного языка» [1, с.188]. В результате калькирования заимствуется не сама лексема, а лишь её смысловая структура; при этом учитывается своеобразие системы (как семантической, так и словообразовательной) заимствующего языка, что может явиться причиной разной степени точности воспроизведения. Кальки обогащают язык новыми лексическими и семантическими единицами, а иногда и новыми словообразовательными моделями [3, с.70]. В технике перевода кальку следует отличать от *морфологической передачи*, когда иноязычное слово транслитерируется с последующим приспособлением его к морфологии родного языка (для удобства склонения и спряжения) . Ниже даны слова, которые были найдены: **der Systemprozessor** - центральный процессор (*английский* - “CPU”) , **der Arbeitsspeicher** - оперативная память (*английский* - “RAM”) , **die Kopfhörer** - наушники (*английский* - “headphones”) , **kopieren - einfügen** - копировать-вставить (*английский* - “copy-paste”) .

Общее количество найденных слов - 6. В немецком языке все найденные слова-термины сложные. Однако, в английском языке часто используется аббревиатура, так как английский язык более экономный в отличие от немецкого.

Сущность вышеизложенного сводится к тому, что ИТ терминология в немецком языке - очень интересная тема для изучения, учитывая самостоятельность немецкого языка. В немецком языке есть как свои собственные слова, так и заимствования из английского языка. Заимствованные слова-термины из английского языка оформляются по правилам грамматики немецкого языка. К словам добавляются артикли, которые маркируют род существительного.

#### Литература и источники:

1. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. – Изд.3-е. М.: Комкнига, 2005
2. Розенталь Д.Э., Теленкова М.А. Словарь-справочник лингвистических терминов - 1976/ /Режим доступа URL: <http://rus-yaz.niv.ru/doc/linguistic-terms/index.htm#210/> Дата обращения (07.12.2020)
3. Майрова, В.С. Лексическое калькирование в современном немецком языке // Научный Вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. Серия: Современные лингвистические и методико-дидактические исследования. - 2009 . - №11. - С. 69-76.
4. Компьютер на немецком языке // [www.das-germany.de](http://www.das-germany.de) URL: <https://www.das-germany.de/kompyuter-na-nemetskom-yazike/> (дата обращения: 7.12.2020).
5. Компьютерная терминология в немецком языке // <https://languageliveschool.com/> URL: <https://languageliveschool.com/kompyuternaya-terminologiya-v-nemetskom-yazyke/> (дата обращения: 7.12.2020).
6. Введение в терминоведение : учебно-методическое пособие / Т.С. Росянова, С.В. Киселева, О.А. Барташова, С.Е. Полякова. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2017. – 183 с.
7. Смирнова А.Г. К вопросу исследования ассимиляции англоязычных заимствований в немецком рекламном ресурсе // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. - 2016. - №45. - С. 6-11  
*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Смирнова А.Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

УДК 811.112.2'243

## АНТРОПОМОРФНЫЕ ПРИЗНАКИ *LEBEN* В СОВРЕМЕННЫХ СМИ ГЕРМАНИИ

*Дмитриенко А.Д.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»  
[admitrienko445@gmail.ru](mailto:admitrienko445@gmail.ru)

В данной работе рассматривается понятие метафоры, которое является актуальным и значимым в современной лингвистике. На материале одной из самых популярных газет Германии «die Zeit» представляются метафоры, посредством которых репрезентируется очеловечение *Leben*.

**Ключевые слова:** метафора, антропоморфизм, метафоризация, концептуальная система, классификация.

## ANTHROPOMORPHIC SIGNS OF *LEBEN* IN MODERN GERMAN MEDIA

*Dmitrienko A.D.*

Kemerovo State University

This work examines the concept of metaphor, which is relevant and significant in modern linguistics. On the material of one of the most popular newspapers in Germany, "die Zeit", metaphors are presented through which the humanization of *Leben* is represented.

**Key words:** metaphor, anthropomorphism, metaphorization, conceptual system, classification.

В современной лингвистике метафора представляет собой уподобление одного явления другому на основе семантической близости состояний, свойств, действий, характеризующих эти явления, в результате которого слова, предназначенные для обозначения одних объектов действительности, уподобляются для обозначения других объектов на основании условного тождества приписываемых им предикативных признаков [Глазунова 2000: 177-178]. Таким образом, метафорические преобразования занимают твердую позицию в текстах на любых языках, но они не всегда осуществляют полную детерминологизацию. Выделяется три стадии употребления метафоры – это образное переосмысление термина, переносное употребление в виде частотной метафоры и переносное значение – случай, когда происходит полная детерминологизация слова.

Теоретической основой для данного исследования является классификация метафор. Стремление к изучению метафоры восходит к Аристотелю, именно он определил виды и сферу употребления данного тропа, а также заложил отношение к метафоре как к универсальному семантическому переносу [Аристотель 1983]. Однако сложностью для изучения метафорической системы является наличие большого количества различных классификаций. Лингвисты рассматривают данное языковое явление с точки зрения способа выражения концепта, её смысловой двуплановости, а также лексико-синтаксических характеристик. Для исследования метафорической актуализации слова *Leben* в публикациях немецкой газеты die Zeit была рассмотрена функциональная классификация метафор. Данный вид классификации подвергается серьезным спорам среди учёных, существуют мнения о том, что наименований метафорических функций насчитывается от двух до шестнадцати. А.П. Чудинов в своей классификации подразделяет метафору на 4 вида: природоморфная, артефактная, социоморфная и антропоморфная. В данном исследовании была рассмотрена именно антропоморфная метафора. В процессе исследования данного вида анализируются концепты, относящиеся к таким сферам как "Анатомия и физиология", "Болезнь", "Семья". Исследования когнитивной лингвистики показывают, что, таким образом, человек

воссоздаёт собственную картину мира, наделяя окружающие субъекты наиболее близкими и понятными ему свойствами и характеристиками, в результате чего действительность предстает в виде живого организма. К данному виду относятся следующие метафоры: физиологическая, морбиальная и метафора родства.

На основе материалов газеты *die Zeit* были выявлены многочисленные случаи антропоморфизма явления жизни. В ходе исследования были выявлены различные функции у видов антропоморфных метафор. Рассматривая предложение «*Seit sie halbtags arbeitet, erscheint ihr das Leben wie ein permanenter Dauerlauf...*», можно отметить явление физиологической метафоры, функция которой определяется как познавательная. Читателю поясняется сама деятельность жизни, она как вечный бег, наделена способностью стремиться вперёд. Морбиальная метафора также часто встречается в современных СМИ. Здесь жизнь представляется нам как явление, наделённое человеческими способностями разрушать привычный мир: «*Über den Tod hinaus scheint sein Leben wie ein endloses Duell, zu dessen schönsten Partien wohl sein Auftritt 1991 in der Händelstadt Halle gehörte*». Жизнь отождествляется с дуэлью, поединком, в котором человек вынужден сражаться. Конечно, в текстах часто встречается и положительная метафоризация данного термина: «*Lang Lang: Mein wichtigster Lehrer ist im Moment das Leben selbst*». На этом примере можно проследить одушевление жизни, она предстает в роли человека, наделенного душой и сознанием. В подобных случаях использования метафоры видно, что она выполняет эстетическую функцию, вызывает у читателя ощущение новизны и положительные эмоции: «*In so einem Licht stellt man sich das ganze Leben wie einen Sommertag vor: frei, einfach, herrlich*». Метафора родства может выполнять в текстах психологическую функцию, которая погружает процесс восприятия человеком мира в атмосферу психологической стабильности: «*Zieht sich wie ein roter Faden durch unsere Leben, wird weitergegeben wie in anderen Familien ein Schmuckstück*». Читатель воспринимает жизнь как вечное явление, которое объединяет его со всем миром.

Проведенное исследование показывает, что метафора является многофункциональным средством выразительности и играет важную роль в создании особого восприятия текстов современных СМИ. Через использование метафоризации авторы передают уникальность *Leben*, позволяя читателю прочувствовать данное явление и создать собственную картину мира.

#### **Литература и источники:**

1. Аристотель. Поэтика: собр. соч. в 4 томах: Т.4 / Аристотель. – М.: Изд-во Мысль, 1983. – 830 с.
2. Гак, В. Г. Метафора в языке и тексте: учебное пособие / В. Г. Гак; под ред. В. Н. Телия. – М.: Изд-во Наука, 1988. – С. 11–26.
3. Глазунова, О. И. Логика метафорических преобразований: учебное пособие / О. И. Глазунова. – СПб.: Изд-во Филологический факультет, 2002. – С. 177–178.
4. Чудинов, А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры: учебное пособие / А. П. Чудинов. – Екатеринбург: Изд-во УрГПУ, 2001. – 238 с.

*Научный руководитель – Федянина Л.И., канд. филол. наук, доцент ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

## СПЕЦИФИКА СОВРЕМЕННОГО ИНАУГУРАЦИОННОГО ДИСКУРСА РОССИИ И США (НА МАТЕРИАЛЕ ИНАУГУРАЦИОННЫХ РЕЧЕЙ)

*Никифорова Е. В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[sldrrsl@gmail.com](mailto:sldrrsl@gmail.com)

В данной статье рассматриваются и сопоставляются инаугурационные речи политиков России и Соединенных Штатов Америки, а именно В. Путина, Д. Медведева, Б. Обамы и Д. Трампа. Речи анализируются в прагматическом и аксиологическом аспектах. На материале инаугурационных речей были выделены доминирующие стратегии и тактики, которые были использованы политиками, а также концепты, представляющие ценностную картину мира русского и американского народа. Цель исследования заключается в представлении общего и различного в области современного инаугурационного дискурса России и Соединенных Штатов Америки в прагматическом и аксиологическом планах. Наблюдения, представленные в статье, позволяют увидеть особенности политического сознания представителей двух разных лингвокультур, что способствует повышению эффективности межкультурных контактов.

**Ключевые слова:** политический дискурс, инаугурационный дискурс, стратегии, тактики, аксиологические концепты, политическая лингвистика.

## SPECIFICITY OF THE MODERN INAUGURATION DISCOURSE OF RUSSIA AND THE USA (BASED ON INAUGURAL SPEECHES)

*Nikiforova E. V.*

Kemerovo State University

This article examines and compares the inaugural speeches of the politicians of Russia and the United States of America, namely V. Putin, D. Medvedev, B. Obama and D. Trump. The speeches are analyzed in pragmatic and axiological aspects. Based on the material of the inaugural speeches, the dominant strategies and tactics used by politicians were identified, as well as concepts representing the value picture of the world of the Russian and American people. The purpose of the study is to present the common and different in the field of modern inaugural discourse of Russia and the United States of America in pragmatic and axiological terms. The observations presented in the article allow us to see the peculiarities of the political consciousness of representatives of two different linguistic cultures in the field of politics, which helps to increase the effectiveness of intercultural contacts.

**Key words:** political discourse, inaugural discourse, strategies, tactics, axiological concepts, political linguistics.

В современном мире политика является одной из важнейших сфер жизни в обществе, так как от политической ситуации в государстве зависит его положение на международной арене и взаимоотношения с другими странами. Анализируя современные политические дискурсы разных стран мира, можно выявить специфические черты, присущие лишь одному лингвокультурному сообществу и обусловленные особенностями развития страны в сфере политики. В данной статье представлен анализ стратегий и тактик, а также концептов, представленных в инаугурационных речах политиков в России и США.

О. Л. Михалёва в монографии «Политический дискурс: Специфика манипулятивного воздействия» выделяет три стратегии политического дискурса: стратегию на понижение, стратегию на повышение и стратегию театральности, которые, в свою очередь, реализуются при помощи использования различных тактик [1].

Российские политики чаще всего прибегают к стратегии театральности и следуют тактикам, позволяющим воздействовать на слушателей с помощью использования эмоциональных единиц: *«Каждому важно понять, что только наша активная включённость в дела страны будет умножать энергию обновления, что эту работу не сделает за нас никто, что ведущая сила преобразований – это все мы, граждане России»* (В. Путин) – в данном фрагменте тактика побуждения направлена на призыв аудитории – населения России – к активной работе, которая в будущем поможет стране обновиться; *«Хотел бы заверить сегодня всех граждан страны, что буду работать с полной отдачей сил как Президент и как человек, для которого Россия – это родной дом, родная земля»* (Д. Медведев) – в приведенном высказывании политик прибегает к тактике обещания и использует глагол «заверить», а также формы будущего времени глагола «работать», что является самым частотным способом реализации избранной Д. Медведевым тактики. Тем не менее, в речах президентов присутствуют и тактики, которые помогают реализовать стратегию на повышение: *«Заверяю вас, целью моей жизни, работы будет, как и прежде, служение людям, нашему Отечеству. Для меня это превыше всего»* (В. Путин) – в представленном фрагменте мы можем заметить сочетание тактик обещания и самопрезентации, что одновременно помогает политику показать себя с лучшей стороны и дать аудитории обещание работать на благо страны; *«Мы справились с труднейшими экономическими, социальными проблемами. [...] Мы научились отстаивать свои интересы, возродили гордость за Отечество, за наши традиционные ценности»* (В. Путин) – выбрав тактику анализа – «плюс», В. Путин описывает ситуацию в стране и имплицитно выражает положительное отношение к такому положению дел, а также отмечает заслуги власти и народа. Таким образом, можно сделать вывод о том, что российским политикам свойственно использование тактик побуждения, обещания и самопрезентации, реализующих стратегии на повышение и стратегии театрализации.

Американские политики, как было замечено в ходе анализа, также чаще всего придерживаются стратегии театрализации: *«We will bring back our jobs, we will bring back our borders, we will bring back our wealth and we will bring back our dreams. We will build new roads and highways <...> all across our wonderful nation»* (Д. Трамп) – тактика обещания в представленном высказывании реализуется при помощи многократного использования форм будущего времени глаголов; *«Starting today, we must pick ourselves up, dust ourselves off, and begin again the work of remaking America»* (Б. Обама) – американский политик придерживается тактики побуждения аудитории, это выражается при помощи использования глагола «must»; также можно заметить, что президенты США следуют и тактике размежевания, что не свойственно для речей российских политиков: *«We will no longer accept politicians who are all talk and no action, constantly complaining but never doing anything about it. The time for empty talk is over. Now arrives the hour of action»* (Д. Трамп) – говорящий строит оппозицию «свои – чужие» и противопоставляет себя политикам, которые постоянно дают обещания, но не выполняют их. В отличие от президентов России, в речах американских политиков присутствует и следование стратегии на понижение: *«For too long, a small group in our nation's capital has reaped the rewards of government while the people have borne the cost. Washington flourished, but the people did not share in its wealth. Politicians prospered, but the jobs left and the factories closed»* (Д. Трамп), *«Our nation is at war, against a far-reaching network of violence and hatred. Our economy is badly weakened <...>. Homes have been lost; jobs shed; businesses shuttered. [...] These are the indicators of crisis, subject to data and statistics»* (Б. Обама) – Д. Трамп и Б. Обама придерживаются тактики анализа – «минус»: описывают ситуацию, к которой относятся негативно, также в высказывании Б. Обамы присутствует опора на факты и статистику. Так, опираясь на вышесказанное, можно отметить, что ведущей в речах Б. Обамы и Д. Трампа является

стратегия театрализации и соответствующие ей тактики, при этом прослеживается и применение стратегии на понижение, а именно тактики анализа – «минус».

Исходя из вышесказанного, отметим, что американские и российские политики отдают предпочтение стратегии театрализации. Однако замечены и различия: президенты США прибегают и к стратегии на понижение, а в речах российских президентов реализуется также стратегия на повышение.

Представителям разных лингвокультур присущи разные ценностные картины мира, которые мы можем воссоздать при помощи анализа концептов.

Одним из ключевых концептов в речах российских политиков является концепт «народ». Так, В. Путин и Д. Медведев описывают народ как «многонациональный», «свободный и ответственный», «великий», «трудолюбивый и талантливый», а также подчеркивают его заслуги в защите Отечества в прошлом: «...особенно остро осознаю свою колоссальную ответственность перед <...> нашими предками. Их мужество, неустанный труд, непобедимое единство, священное отношение к родной земле – вечный пример преданности Отчизне» (В. Путин). Народ – это те, кто является достоинством нации, и те, на благо кого работает президент. Анализируя текст присяги президента России, можно заметить, что клятва кончается словами «верно служить народу», что также показывает важность народа для власти и государства. Стоит отметить и то, что российские политики в инаугурационных речах используют обращение «дорогие друзья», а американские – только обращение «сограждане»: данный факт подталкивает к выводу о том, что дистанция между властью и населением в России короче, чем в США.

Концепт «права и свободы граждан» также является одним из основных. Права и свободы населения преподносятся как главная ценность Российского государства, и президент ставит своей главной целью их соблюдение: «Только что мной принесена президентская присяга, она даётся народу России, и в её самых первых строках – обязательство уважать и охранять права и свободы человека. Именно они признаны высшей ценностью в нашем обществе, и именно они определяют смысл и содержание всей государственной деятельности. В этой связи считаю своей важнейшей задачей дальнейшее развитие гражданских и экономических свобод...» – Д. Медведев.

Активно реализуется и концепт «долг»: «Считаю своим долгом и смыслом всей своей жизни сделать всё для России, для её настоящего и будущего» – В. Путин; «И сейчас мой долг – служить ему [народу] каждый день и каждый час, сделать всё для лучшей жизни наших людей, их успеха и уверенности в своем будущем...» – Д. Медведев. Концепты «народ» и «долг» тесно связаны: своим долгом президенты считают работать ради благополучной жизни народа. Таким образом, важнейшими концептами в речах российских политиков являются концепты «народ», «права и свободы граждан», а также концепт «долг».

Американскими политиками употребляется концепт «Бог» и связанный с ним концепт «религия» чаще, чем российскими. В своем выступлении Д. Трамп, побуждая население сохранять единство, несмотря на разногласия, упоминает Библию: «*The Bible tells us how good and pleasant it is when God's people live together in unity*»; речь Д. Трампа при инаугурации заканчивается словами «*God bless you. God bless America*», в конце выступления Б. Обамы также звучат слова «*God bless you and God bless the United States of America*». Говоря об инаугурационной речи Б. Обамы, стоит заметить, что он также часто обращается к использованию данного концепта: «*the God-given promise that all are equal, all are free, and all deserve a chance to pursue their full measure of happiness*»; «*This is the source of our confidence - the knowledge that God calls on us to shape an uncertain destiny*»; «*Let it be said by our children's children that <...> with eyes fixed on the horizon and God's grace upon us, we carried forth that great gift of freedom and*

*delivered it safely to future generations*». Для американцев Бог – это тот, кто защищает их и целую страну.

Как и в речах В. Путина и Д. Медведева, одним из основных концептов речей американских президентов является концепт «народ». «*But we are **transferring power** from Washington, D.C., and **giving it back to you, the people***»; «*January 20th 2017 will be remembered as the day **the people became the rulers of this nation again***» – в данных высказываниях Д. Трамп представляет народ людьми, которые осуществляют власть в государстве. В своей речи Б. Обама обращается к людям, принадлежащим разным религиям и имеющим разный доход, и обещает всем людям уважение и помощь со стороны государства, подчеркивая то, как многообразен американский народ, но при этом каждый человек получит необходимую помощь и поддержку. Из наблюдений следует, что ключевыми концептами в инаугурационных речах американских политиков являются концепты «Бог», связанный с ним концепт «религия» и концепт «народ».

Таким образом, при анализе инаугурационных речей российских и американских политиков в прагматическом аспекте было выявлено, что президенты обеих стран придерживаются стратегии театральности, но в то же время В. Путин и Д. Медведев предпочитают следовать еще и стратегии на повышение, а Д. Трамп и Б. Обама в своих речах используют стратегию на понижение. Говоря же об аксиологическом аспекте анализируемых речей, стоит подчеркнуть, что и американскими, и российскими президентами употребляется концепт «народ», однако в речах В. Путина и Д. Медведева также присутствуют и концепты «права и свободы граждан» и «долг», в то время как Д. Трамп и Б. Обама используют концепты «Бог» и «религия».

#### Литература и источники

1. Михалёва, О. Л. Политический дискурс: Специфика манипулятивного воздействия — М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. — 256 с.
2. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/57416> (дата обращения: 09.04.2021)
3. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/transcripts/3> (дата обращения: 09.04.2021)
4. URL: <https://www.cbc.ca/news/world/trump-inauguration-speech-1.3944939> (дата обращения: 09.04.2021)
5. URL: <http://obamaspeeches.com/P-Obama-Inaugural-Speech-Inauguration.htm> (дата обращения: 09.04.2021)
6. URL: <http://www.kremlin.ru/structure/president> (дата обращения: 09.04.2021).

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

УДК 81:1,81.242

#### СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ МАНИПУЛИРОВАНИЯ СОЗНАНИЕМ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

*Омиадзе Э.Г.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[ekaomia@gmail.com](mailto:ekaomia@gmail.com)

Настоящая статья направлена на исследование особенностей реализации различных коммуникативных приёмов в речи российского президента В.В. Путина. Актуальность исследования обусловлена значительной ролью, которую играет политическая коммуникация в формировании общественного сознания. Объектом исследования выступают стратегии и тактики манипулирования сознанием в политической коммуникации. На материале телепередачи «Прямая линия с Владимиром Путиным» анализируются доминирующие речевые приёмы, используемые президентом в публичных выступлениях. «Прямая линия» представляет собой новый формат диалога власти и общества, во время которого первое лицо государства отвечает на вопросы граждан своей страны. Гипотеза исследования заключается в предположении о том, что публичная речь президента является репрезентантом коммуникативных стратегий и тактик, направленных на формирование у реципиента представления о деятельности власти. В работе представлено описание трёх ядерных стратегий и реализующих их тактик, направленных на формирование представления о деятельности власти: стратегия создания психологического напряжения; стратегия создания позитивного имиджа и стратегия дискредитации. Проведенный анализ расширяет и дополняет существующие теоретические положения о роли политической коммуникации, а также о тех стратегиях и тактиках, которые применяются политическими лидерами в процессе общения с массовой аудиторией.

**Ключевые слова:** коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика, политический дискурс, речевая манипуляция.

## STRATEGIES AND TACTICS FOR MANIPULATING CONSCIOUSNESS IN POLITICAL COMMUNICATION

*Omiadze E.G.*

Kemerovo State University

This article is aimed at studying the implementation of various communicative techniques in the speech of the Russian President V.V. Putin. Relevance is due to the role that political communication plays in the formation of public consciousness. The object of the research is the strategies and tactics of manipulating consciousness in political communication. On the material of the TV show "Direct Line with Vladimir Putin" analysis of the dominant speech techniques used by the president in public speeches. "Direct Line" is a new format of dialogue between the authorities and society, during which the first person of the state answers the questions of his country. The hypothesis lies in the assumption that the president's public speech is a representative of communicative strategies and tactics aimed at shaping the recipient's view of the government's activities. The paper presents a description of three nuclear strategies and activities that implement them in this way, aimed at forming an idea of power: a strategy for creating psychological stress; a strategy for creating a positive image and a strategy for discrediting. The analysis carried out expands and complements the theoretical provisions on the role of the political role, as well as those of strategic leaders in the process of communicating with the audience.

**Key words:** communication strategy, communication tactics, political discourse, speech manipulation.

Речевые стратегии и тактики играют существенную роль в реализации эффективного общения. Е.В. Клюев рассматривает коммуникативную стратегию как часть коммуникативного поведения или взаимодействия, в которой вербальные и невербальные средства используются для достижения коммуникативной цели [1]. О.С. Иссерс определяет рассматриваемый термин как «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативных целей, который включает в себя планирование процесса речевой коммуникации в зависимости от конкретных условий

общения и личностей коммуникантов, а также реализацию этого плана» [2, с.51]. Если под речевой стратегией понимается совокупность речевых действий, направленных на решение общей коммуникативной задачи говорящего, то под речевой тактикой следует понимать одно или несколько действий, способствующих реализации соответствующей стратегии. Стратегический план определяет выбор средств и приемов его реализации, поэтому речевые стратегии и тактики соотносятся через оппозицию «класс» и «тип» [3]. Коммуникативные тактики раскрывают способ реализации соответствующей стратегии на каждом этапе развития данной коммуникативной ситуации.

На современном этапе не выработано единой, исчерпывающей классификации типов коммуникативных стратегий, однако лингвисты сходятся во мнении, что коммуникативные стратегии направлены на то, чтобы каким-либо образом изменить отношение реципиентов к тому, о чем идет речь. В рамках настоящей работы мы принимаем за основу классификацию, предложенную Оксаной Сергеевной Иссерс, которая выделяет стратегии самопрезентации, стратегии призыва к действию, стратегии дискредитации, семантические речевые стратегии, манипулятивные стратегии, аргументативные стратегии [2, с.51].

Политическая коммуникация – достаточно широкое понятие, которое базируется на политических событиях, действиях, проблемах, ситуациях и т.д. Основная цель политической коммуникации сводится к завоеванию власти и донесению идей политиков до широкой аудитории. Для реализации данной цели используются различные коммуникативные стратегии и тактики.

«Прямая линия» представляет собой новый формат диалога власти и общества, во время которого политик отвечает на вопросы граждан своей страны в прямом эфире, что представляет собой политическую коммуникацию, в которой принимают участие как политические лидеры, так и рядовые граждане, имеющие вопросы.

Анализ эфира «Прямой линии» с Президентом РФ В.В. Путиным показал, что наиболее часто Президент использует следующие коммуникативные стратегии: стратегия создания психологического напряжения; стратегия создания позитивного имиджа; стратегия дискредитации. Среди инструментов данных стратегий можно назвать следующие коммуникативные тактики: тактика соблюдения максимы великодушия; тактика соблюдения максимы одобрения; тактика соблюдения максимы скромности; тактика соблюдения максимы согласия; тактика соблюдения максимы симпатии.

**Стратегия создания психологического напряжения** направлена на выведение собеседника из состояния эмоционального равновесия. Достигается желаемый результат посредством запугивания негативным прогнозом, формированием картины страшных последствий, связанной с событиями прошлого или настоящего.

Данная стратегия не является распространенной. За все время «Прямой линии» она была использована президентом всего 3 раза, причем в достаточно мягкой форме. Так, отвечая на вопрос по поводу реформы обращения с отходами, которую некоторые СМИ называют «мусорной реформой», президент отметил: *«Хочу вам сказать (специалисты это знают точно, а широкая публика, может быть, не догадывается), мы генерируем ежегодно 70 млн. тонн отходов. И на самом деле никто не занимается в промышленном смысле переработкой этих отходов. Это огромная проблема».*

Выделим речевые тактики, направленные на реализацию стратегии создания психологического напряжения:

- *«генерируем ежегодно 70 млн. тонн отходов»* – использование конкретных цифр в речи всегда добавляет высказыванию значительности, ставя оратора в позицию эксперта, и тем самым формируя доверие к нему со стороны аудитории;

- «никто не занимается» – оратор обозначает ситуацию в современной России, констатируя тем самым недоработки правительства. Тем самым президент как бы разделяет позицию тех возмущенных зрителей, которые задавали вопросы по поводу реформы, сходя с позиции эксперта;
- «огромная проблема» – это речевое клише, которое некоторые исследователи приравнивают к трюизму. В определенных контекстах, этот приём может даже вызывать комический эффект. Однако в данном случае клише работает на создание эффекта масштаба проблемы.

**Стратегия создания позитивного имиджа.** Очевидно, что президент использовал «Прямую линию» для того, чтобы поддержать имидж «делового человека», работающего на благо страны. Данная стратегия является наиболее распространенной и представленной в нескольких разновидностях:

- **стратегия сотрудничества**, направленная на демонстрацию расположенности политика к откровенному разговору: - *«Добрый день, Владимир Владимирович. Ну, что, начнем? – Конечно».*
- **стратегия создания делового имиджа**, направленная на создание образа государственного служащего, который постоянно и много трудится над повышением благосостояния народа: *«В целом, то, что на что мы рассчитывали, и то, как мы смогли организовать работу – это действует. «Мы смогли организовать работу»»; В принципе, понятно, что и так я должен быть в материале, что на самом деле и происходит. В ходе текущей работы все более или менее понятно, что людей волнует».*
- **стратегия ориентации на гуманизм**, направленная на демонстрацию того, что главной целью работы президента является ориентация на человеческие ценности, а во главу угла ставятся интересы «простого человека»: *«Работа строится вокруг человека, прежде всего. Для того, чтобы добиться развития экономики для наших граждан, мы их и организовали (Национальные проекты)».* Следует отметить, что при произнесении фразы «Вокруг человека, прежде всего» оратор делает небольшую паузу на месте запятой и значительно смотрит в камеру, что является примером лингвистического, просодического и паралингвистического уровня общения. Причем, очевидно, что это делалось осознанно, вследствие чего можно назвать этот прием воздействием на аудиторию.

**Стратегия дискредитации** (лишение доверия, подрыв, умаление авторитета). Стратегии дискредитации оппонента считаются одними из наиболее сложных в реализации политического дискурса, поскольку для их воплощения нужно виртуозное владение ораторским мастерством во избежание скатывания беседы в склоку. Во время «Прямой линии» президент страны несколько раз использовал приём, направленный на сомнение в достоверности фактов и деятельности определённых структур власти: *«Ну, во-первых, то, что вы говорили о 10000 и так далее, это нужно реально проверить, что там происходит. Почему – потому что нами принято впервые решение: мы впервые довели МРОТ, минимальный размер оплаты труда, до прожиточного минимум, это 11 280 рублей. И если человек работает на полную ставку, ему не могут платить меньше этой суммы. Здесь я не понимаю, откуда взялись 10000».*

Проведённый анализ позволяет сделать вывод о том, что публичная речь президента является репрезентантом коммуникативных стратегий и тактик, направленных на формирование у реципиента представления о деятельности власти.

## Литература и источники

1. Ключев Е.В. Речевая коммуникация: Коммуникативные стратегии. Коммуникативные тактики. Успешность речевого взаимодействия : учеб. пособие для ун-тов и ин-тов. - М.: Приор, 1998. - 224 с.
2. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 5-е. - Москва: Лки, 2008. - 284 с.
3. Ya-Ni Z. Communication strategies and foreign language learning // US-China Foreign Language, 2007. 5(4), 43-48.

*Научный руководитель – к.ф.н., доцент Новгородова Е.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

**УДК 811.161.1**

### **ФРЕЙМ «ИГРА» В ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА ДЕТЕЙ (НА МАТЕРИАЛЕ ДЕТСКОЙ РЕЧИ)**

*Павлова К. М.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[kseniyap2001@gmail.com](mailto:kseniyap2001@gmail.com)

Данная работа выполнена в русле онтолингвистики. Статья посвящена изучению языковой картины мира детей, специфики их воображения и мировосприятия на основе созданных ими текстов. Объектом изучения выступают результаты речевой деятельности детей, позволяющие реконструировать фрейм «игра». Предметом рассмотрения является процесс освоения детьми родного языка через игру. Цель исследования заключается в выявлении особенностей детского мировосприятия на материале их речевых инноваций, отражающих фрейм «игра». На материале отдельных лексем и текстов, созданных детьми-дошкольниками, обнаруживаются закономерности восприятия ими игры, формирующие их языковую картину мира.

**Ключевые слова:** онтолингвистика, детские речевые инновации, картина мира, игра.

### **FRAME «GAME» IN THE LANGUAGE PICTURE OF THE WORLD OF CHILDREN (BASED ON CHILD SPEECH MATERIAL)**

*Pavlova K. M.*

Kemerovo State University

This work is carried out in the framework of ontjlinguistics. The article is devoted to the study of the linguistic picture of the world of children, the specifics of their imagination and perception of the world on the basis of the texts they have created. The object of the study is the results of children's speech activity, which make it possible to reconstruct the "game" frame. The subject of consideration is the process of mastering the native language through play. The purpose of the study is to identify the features of children's worldview on the material of their speech innovations, reflecting the "game" frame. Based on the material of individual lexemes and texts created by preschool children, the patterns of their perception of the game are revealed, which form their linguistic picture of the world.

**Key words:** ontolinguistics, children's speech innovations, world picture, play.

Общение с ребёнком есть интереснейший процесс с точки зрения не только самого этого действия, но и осознания того, что такой маленький человек, который знает о мире совсем немного, уже умеет выражать свои мысли в речевом потоке. Наука, изучающая детскую речь, называется онтолингвистика, теоретические основы которой были заложены С. Н. Цейтлин и ее учениками [1; 2]. В рамках молодой дисциплины рассматриваются вопросы, связанные с особенностями усвоения ребенком родного языка, выявляются закономерности формирования языковой системы в его сознании и принципы

Основной деятельностью, в которой происходит развитие практически всех навыков ребёнка, является игра. Поэтому все происходящее вокруг, что видят и слышат, дети переносят в игру, в которой представляют ситуацию так, как сами ее поняли. То же самое происходит и со словами: однажды услышав одно слово, в следующий раз ребёнок может использовать его в речи именно так, как он его воспринял. И в этот момент проявляется их лингвокреативное мышление, которое «с одной стороны отражает окружающую действительность личности, с другой, тесным образом связано с имеющимися языковыми ресурсами» [3, с. 56].

Лингвокреативную деятельность ребёнка можно рассматривать в двух направлениях. Во-первых, это проявление словотворчества как реализации когнитивного мышления. Тогда мы замечаем, с какого именно ракурса ребёнок смотрит на тот или иной предмет, какие признаки он для себя выделяет. Во-вторых, словотворчество как языковая техника, которая показывает, как ребёнок пользуется языком, какие его формы применяет, чтобы называть предметы. В конце концов, такое мышление раскрывает «эмпирические знания ребёнка о реалиях окружающей действительности» [4, с. 15].

Более того, ребёнок формируется не самостоятельно, вне среды, а в окружении взрослых, которые осознанно, а иногда и бессознательно, вкладывают в него свой речевой опыт. Книжки, которые дети читают сами или которые родители читают им перед сном, фильмы, которые они смотрят, реплики, которые они слышат от окружающих людей, начиная от родителей и друзей, заканчивая прохожими, – всё это относится к понятию «инпут» [1]. Это тот опыт, на который дети опираются в своей речевой деятельности. «Благодаря фольклорному инпуту, представленному разными жанрами, включая загадки, происходит социализация ребенка и активизация его мыслительных способностей, формирование принципов и закономерностей мировосприятия» [5, с. 185].

Таким образом, на основе созданной лингвокреативной личности и полученного инпута дети способны создавать собственные сочинительства, причём не только отдельные лексемы, но и сказки, стихи, считалочки, загадки и многое другое.

Цель нашего исследования – выявление особенностей детского мировосприятия на материале их речевых инноваций, отражающих фрейм «игра».

Объектом изучения выступают результаты речевой деятельности детей во время игры.

Предметом изучения является процесс освоения родного языка через игру.

В качестве материала исследования выступают отдельные лексемы и тексты, созданные детьми дошкольного возраста, в количестве 22 и 7 соответственно. Лексический материал был получен из словаря детской речи [4], текстовый материал собирался в ходе общения взрослых (родителей, воспитателей) с детьми, которые рассказывали придуманные самостоятельно тексты разных жанров в рамках имеющегося у них речевого инпута.

Взрослым людям кажется, что дети не задумываются над смыслом слов, которые хотят произнести, поэтому и получают ошибки в словах и выражениях. Однако, как каждый имеет свой собственный взгляд на те или иные вещи, так и ребёнок чувствует

мир по-своему. Дети воспринимают всё прагматически, то есть «то, что видят, с чем знакомятся, от того и отталкиваются в создании своих слов, своей речи [4, с. 2].

Исходя из этого, мы считаем, что есть *продукт* взаимодействия такого прагматического мироощущения детей и практической языковой структуры. Этим продуктом можно назвать детские речевые инновации, то есть «факты, зафиксированные в речи ребёнка и отсутствующие в общем употреблении» [2, с. 329].

Таковыми фактами, как уже говорилось ранее, могут выступать, во-первых, одиночные слова, во-вторых, высказывания. Приведем в качестве примера лексемы, которые образуются детьми в ходе игры друг с другом или с игрушками. Лексемы можно разделить на соответствующие группы:

1) лексемы, обозначающие игрушки и предметы игровой деятельности ребёнка: «бандитова машина» [4, с. 96]; «буквубики» [там же, с. 98]; «грабель» [там же, с. 109]; «каталка» [там же, с. 130]; «разрыватель» [там же, с. 168]; «разукрашка» [там же, с. 168] и т. д.;

2) лексемы, обозначающие участников игры и их действия: «ахороший» [там же, с. 37]; «бойкий» [там же, с. 57]; «дорисывать» [там же, с. 115]; «заснежить» [там же, с. 123]; «игральнее всех» [там же, с. 127]; «присекретиться» [там же, с. 167].

Таким образом, в отдельных лексемах отражается какой-то один аспект игровой деятельности, значимый для ребенка. Мы можем заметить описательный аспект («ахороший» – плохой), функциональный аспект («бандитова машина» – машина, которая ловит бандитов) или количественный аспект («грабель» – значит в количестве одного).

Более показательными в плане раскрытия игровых ситуативных аспектов являются тексты сказок, созданные детьми. На материале отобранных текстов можно рассмотреть реализацию фрейма «игра» в языковой картине мира дошкольников. В свои сказки дети обычно переносят реалии бытовой реальности, любимые предметы игры, ситуации из жизни, с которыми они сами столкнулись, что отражает их картину мира. Рассмотрим реализацию фрейма «игра» на примере сказки «Лягушонок», созданной девочкой шести лет.

«Жил был лягушонок. Как-то раз попросил он маму и папу пойти с ним погулять. Родители ему запрещали ходить одному через реку, потому что там был волшебный фонтан. И они боялись, что лягушонок прыгнет в фонтан и превратится в чудовище. Но когда родители отвлеклись, лягушонок убежал к фонтану один. Лягушонок прыгнул в фонтан и превратился в красивого лягушонка на свете. И встретил там красивую девочку-лягушку. Девочка позвала его к себе в гости, они там долго играли, прыгали, ловили комаров. И вдруг лягушонок вспомнил, что уже поздно и пора домой. И попрыгал лягушонок домой, а по дороге встретился с мамой и папой. Он зовёт: папа, мама, а они его не узнают. Тогда лягушонок попрыгал обратно к волшебному фонтану, попрыгал под фонтаном и превратился в обычного лягушонка. А тут папа с мамой пришли к фонтану искать своего непослушного лягушонка. Лягушонок обрадовался. Теперь он всегда слушался взрослых. Без разрешения никогда не уходил из дома».

В этой сказке девочка передала жизненную ситуацию, с которой часто встречаются в семьях: ребенок ослушался родителей и ушёл далеко от дома, почему и расстроил взрослых. Основной участник (субъект) игровой ситуации – это непослушный лягушонок, в роли которого в реальной жизни может выступить любой ребенок. Игровая ситуация возникает тогда, когда лягушонок убегает от родителей, заинтересовавшись волшебным фонтаном. Здесь происходит основной ситуативный момент. Мы видим, что рядовая ситуация из жизни предстает через призму восприятия ребенка: дети, увлекаясь чем-то интересным, уходят от родителей, пока те заняты своими делами. Положительно закончившаяся история, когда родители сначала ругают ребенка за такой поступок, а затем мирятся с ним, означает вывод, который ребенок для себя уяснил. Ситуативный аспект видения игры – показатель лингвокреативного

мышления ребенка, процесс восприятия им пережитого опыта, который в дальнейшем он переносит в свои высказывания, речевые произведения. В игровой ситуации, которая создается в анализируемом тексте, обнаруживаются необходимые компоненты: субъекты (лягушонок, его родители), их действия, место (через реку, дом девочки-лягушки), средство (волшебный фонтан)). В совокупности указанные компоненты позволяют увидеть системное восприятие ситуации игры в сознании ребенка, развернуть фрейм «игра».

Таким образом, мы убедились, что дети воспринимают окружающий их мир через игру, в процессе которой они учатся новому, открывают закономерности окружающей действительности, входят в пространство родной культуры. Особенности их речевой и когнитивной деятельности основываются на речевом инпуте, в котором заложена информация о повседневной жизни, реалиях и ценностях.

#### **Литература и источники**

1. Цейтлин, С. Н. Онтолингвистика в пути / С. Н. Цейтлин // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. – 2018. – № 189. – С. 12-22.
2. Цейтлин, С. Н. Детские речевые инновации: опыт анализа / С. Н. Цейтлин // Исследования по языкознанию: К 70-летию члена-корреспондента РАН Александра Владимировича Бондарко / Отв. ред. С. А. Шубик. – Санкт-Петербург: Изд-во С.-Петербургского университета, 2001. – С. 329-336
3. Голованова, Л. Н. Лингвокреативность как свойство языкового сознания личности / Л. Н. Голованова, Е. Н. Панкратова // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 3. – С. 54-57.
4. Гридина, Т. А. Объяснительный словарь детских инноваций: монография и словарь / Т. А. Гридина / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2012. – 202 с.
5. Аксиненко, Е. А. Своеобразие языковой картины мира сквозь призму загадок (на материале детской речи) / Е. А. Аксиненко, А. В. Проскурина // Язык. Культура. Перевод. Коммуникация: сборник научных трудов. Выпуск 3. – М.: «КДУ», «Университетская книга», 2020. – С. 184-187.

*Научный руководитель – к.ф.н., доцент Проскурина А. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

**УДК 519.763**

#### **РЕАЛИЗАЦИЯ ПОЛИКОДОВОСТИ В ПОЭТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ СОВРЕМЕННОЙ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПОЭЗИИ)**

***Пащенко М.М.***

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет», ИФИЯМ

[paschmar@mail.ru](mailto:paschmar@mail.ru)

Данная научно-исследовательская работа представляет собой комплексное изучение феномена поликодности в современных англоязычных поэтических произведениях. В теоретической части работы были рассмотрены такие основополагающие понятия, как «дискурс», «поликодность», «интермедиальность» и другие термины, необходимые для более глубокого понимания темы и последующего анализа произведений. Также мы обратили особое внимание на следующие спорные моменты, касающиеся терминологии и теории поликодности: различия между терминами «поликодовый» и «креолизованный текст», разногласия исследователей относительно классификации

креолизованных текстов и выделения интермедиальных типологий. За основу практической части исследования были взяты три сборника современных англоязычных поэтов, комбинирующих в своих произведениях разные способы реализации поликодовости. В качестве примера визуальной поэзии был проанализирован сборник Тома Филлипса «A Humument»; для изучения поэзии с авторскими иллюстрациями был выбран сборник «Milk and Honey» писательницы Рупи Каур, а феномен экфрасиса мы изучали, основываясь на поэтическом сборнике «Three Men on the Metro» Э. Крофта, У. Герберта и П. Саммерса. В результате применения комбинации методов интермедиального и лингвистического анализа текста нам удалось изучить механизмы реализации поликодовости в поэтических текстах, причины и способы расширения семантического пространства подобных произведений и особенности их воздействия на сознание читателя.

**Ключевые слова:** поэзия, поликодовость, дискурс, интермедиальность, визуальная поэзия, экфрасис, иллюстрация.

## IMPLEMENTATION OF POLYCODITY IN POETIC DISCOURSE (BASED ON THE MODERN ENGLISH-LANGUAGE POETRY)

*Pashchenko M.M.*

Kemerovo State University

[paschmar@mail.ru](mailto:paschmar@mail.ru)

This research work is a complex study of the phenomenon of polycodity in modern English-language poetic works. In the theoretical part of the work, such fundamental concepts as "discourse", "polycodity", "intermediality" and other terms that are necessary for a deeper understanding of the topic and subsequent analysis of works were considered. We also paid special attention to the following controversial points concerning the terminology and the theory of polycodity: the differences between the terms "polycode" and "creolized text", the researchers' controversy regarding the classification of creolized texts and the identification of intermediate typologies. The practical part of the study was based on the poetry collections of modern English-language poets who combined different ways of implementing polycodity in their works. Tom Phillips' collection "A Humument" was analyzed as an example of visual poetry; "Milk and Honey" by Rupi Kaur was chosen for the study of poetry with author's illustrations, and the phenomenon of ekphrasis was studied based on the poetry collection "Three Men on the Metro" by A. Croft, W. Herbert and P. Summers. As a result of using the combination of methods of intermediate and linguistic analysis of the text, we were able to study the mechanisms of the implementation of polycodity in poetic texts, the reasons and ways of expanding the semantic space of such works and the features of their impact on the reader's consciousness.

**Key words:** poetry, polycodity, discourse, intermediality, visual poetry, ekphrasis, illustration.

На сегодняшний день междисциплинарные теории изучения текста набирают всё большую популярность в сферах современной лингвистики и литературоведения. С введением в науку методов интермедиальных исследований стало возможным не только более тщательное изучение механизмов построения и воздействия на читателя поликодовых или семиотически осложнённых текстов, но и применение к ним новых способов интерпретации.

Прежде чем переходить к непосредственному рассмотрению интермедиальных поэтических текстов и их категорий, обозначим два центральных понятия данной исследовательской работы: поэтический дискурс и поликодовость, устоявшиеся определения которых до сих пор отсутствуют в современном литературоведении и языкознании.

По мнению исследователя Ю. Руднева, «дискурс» представляет собой некий уникальный «над-языковой код» для расшифровки и понимания которого реципиенту необходимо к нему «подключиться» и таким образом погрузиться в «высказывательную ситуацию» [1]. В случае же с поэтическим дискурсом читателю необходимо декодировать не только лингвистическую составляющую текста, но и экстралингвистическую, что ведёт к многократному усложнению процесса извлечения смыслов, а также к появлению в сознании читателя смыслов, не предполагаемых автором изначально.

Термин «поликодовость» впервые появляется в научном обиходе в 1974 году и получает следующее определение: «Поликодовость - это сочетания естественного языкового кода с кодом какой-либо иной семиотической системы» [2], в роли которой чаще всего выступает визуальный компонент, инкорпорированный в текстовое пространство. Несмотря на то, что термин «поликодовый текст» является признанным многими исследователями семиотики, существуют и иные названия подобного рода текстов: «изовербальный комплекс», «лингво-визуальный комплекс» [3], «семиотически осложнённые тексты» [4] и др.

Более того, спустя десятилетие в науку было введено ещё одно понятие – «креолизованный текст». Ю.А. Сорокин и Е.Ф. Тарасов определяют его как «текст, фактура которого состоит из двух негомогенных частей: вербальной (языковой или речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык)» [5]. Стоит отметить, что в современной науке оба термина используются равноправно, поскольку обозначают одно языковое явление, однако некоторые лингвисты продолжают дифференцировать их в своих работах, из чего следует, что данный вопрос также требует дальнейшего исследования.

Итак, креолизованный (поликодовый) текст представляет собой сложное текстовое образование, вербальный и визуальный компоненты которого неразрывно связаны и образуют одно «визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое, нацеленное на комплексное прагматическое воздействие на адресата» [6]. Именно объединение разных видов шифровки художественной информации в одном (текстовом) пространстве приводит нас к такому понятию, как интермедиальность.

Интермедиальность, по определению, данному немецким лингвистом А. Ханзен-Лёве, является «объединением между различными элементами искусства в мономедийном или мультимедийном тексте» [7]. Иными словами, в узком смысле интермедиальность представляет собой взаимодействие разных видов искусств в словесном произведении, в результате которого возникает особый тип внутритекстовых взаимосвязей, расширяющий смысловое пространство произведения.

Как уже было сказано выше, мы будем придерживаться определения поликодового текста как текста, в основе которого лежит взаимодействие вербальных и визуальных (изобразительных) компонентов. Таким образом, для изучения способов реализации поликодовости в англоязычной поэзии нам необходимо рассмотреть возможные способы проявления данного феномена. Для этого следует обратиться к литературно-живописной классификации интермедиальности, предложенной А. Ханзен-Лёве.

Первую форму интермедиальности исследователь называет «медиациацией» и связывает с моделированием в литературном тексте материальной фактуры другого вида искусства. В данном случае речь идёт о феномене визуальной поэзии или прозы.

Вторая форма интермедиальности, «медиаккомбинация», связывается с проекцией в тексте литературного произведения формообразующих принципов произведений других видов искусств (музыки, живописи, архитектуры и др.). В нашем исследовании основное внимание уделяется стихотворениям с авторскими иллюстрациями.

Наконец, третьей формой интермедиальности является «медиаобмен», который основывается на включении мотивов, образов или сюжетов одного вида искусства

(например, картины или скульптуры) в произведение другого вида искусства – литературу. Таким образом, третьей формой является экфрасис.

За основу нашего практического исследования мы решили взять произведения нескольких современных авторов, работы которых можно разделить по рассмотренным выше формам интермедиальности. В качестве произведения, относящегося к жанру визуальной поэзии, мы выбрали стихотворный фрагмент из книги Тома Филлипса «A Humument»; сборник стихотворений с авторскими иллюстрациями «Milk and Honey» за авторством Рупи Каур мы рассмотрели в рамках феномена «медиакомбинации», а сборник «Three Men on the Metro», авторами которого являются Энди Крофт, Уильям Герберт и Пол Саммерс, стал основой для изучения феномена экфрасиса.

В результате проведения комплексного интермедиального анализа данных текстов с применением интерпретативных методов лингвистического анализа мы проследили, каким образом фактор поликодовости текста влияет на его восприятие читателем, а также на расширение его семантического поля. Мы уделили особое внимание синтезу искусств и механизмам формирования ассоциаций, которые задействуются при расшифровке приведённых креолизованных текстов; проанализировали, каким образом современные англоязычные поэтические тексты взаимодействуют с различными объектами искусства в их всевозможных проявлениях, тем самым приблизившись к пониманию способов реализации поликодовости в поэзии.

#### **Литература и источники**

1. Руднев Ю. Концепция дискурса как элемента литературоведческого метаязыка (Электронный ресурс) / Ю. Руднев. — Режим доступа к ресурсу: [http://zheltydom.narod.ru/literature/txt/discours\\_jr.htm](http://zheltydom.narod.ru/literature/txt/discours_jr.htm)

2. Ейгер Г.В., Юхт В.Л. К построению типологии текстов // Лингвистика текста: материалы научной конференции при Московском государственном педагогическом институте иностранных языков им. М. Тореза: в 2 ч. Ч. I. М., 1974. С. 103-109.

3. Большаянова Л.М. Внешняя организация газетного текста поликодового характера // Типы коммуникации и содержательный аспект языка. М.: Институт языкознания, 1987. С. 50-56.

4. Протченко А.В. Типологические и функционально-стилистические характеристики англоязычного путеводителя: дис. ... канд. филол. наук. Самара, 2006. 229 с.

5. Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. М., 1990. С. 178-187.

6. Анисимова, Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) [Текст]: учеб. пособие для студентов фак. иностр. языков вузов / Е. Е. Анисимова. - М.: ТЕЗАРУС, 2013.

7. Hansen-Löve A.A. Intermedialität und Intertextualität. Probleme der Korrelation von Wort- und Bildkunst - Am Beispiel der russischen Moderne // Dialog der Texte. Hamburger Kolloquium zur Intertextualität / Hg. von W.Schmid und W.D.Stempel (Wiener Slawist. Almanach, Sonderb) - Wien, 1983. - S.291-360.

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

**УДК 811.161.1'38**

**ЛИНГВОЮРИДИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ**

***Писарева Н.А.***

**ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»**

В статье представлен лингвоюридический анализ социальных сетей. Актуальность исследования определяется как возросшим агрессивным речевым началом, так и появлением междисциплинарных научных направлений, находящихся на пересечении языка и права. В современное время произошло слияние лингвистики и юриспруденции, что обусловило появление новой дисциплины – юридической лингвистики (юрислингвистики). Настоящая работа выполнена в таком направлении юридической лингвистики, как судебная лингвистическая экспертиза. Материалом исследования являются комментарии интернет-сообществ «Подслушано Кемерово», «Инцидент Кемерово», «РИА Новости». В статье выделяются юридические и лингвистические особенности комментариев к постам в социальных сетях, описывается их конфликтный характер. Анализируются конкретные примеры лингвоправонарушений, частотных в интернет-коммуникации: оскорбление; защита чести, достоинства и деловой репутации; угроза; клевета; оскорбление представителей власти; возбуждение расовой, религиозной, национальной и социальной ненависти и вражды; рекламная направленность; гендерная направленность. Описываются семантические модели, образующие лингвоправовые конфликты в выделенных группах. Результаты исследования позволяют сделать вывод о существовании речевой агрессии в различных коммуникативных ситуациях, что приводит к развитию судебной лингвистической экспертизы, направленной на проверку соответствия высказывания правовым нормам.

**Ключевые слова:** юридическая лингвистика, язык и право, лингвоправовой конфликт, лингвоправовое нарушение, социальная сеть.

## LINGVOLEGAL SOCIAL MEDIA ANALYSIS

*Pisareva N.A.*

Kemerovo State University

The article presents a linguistic and legal analysis of social networks. The urgency of research is defined both the increased aggressive speech beginning, and occurrence of the interdisciplinary scientific directions which are being on intersection of language and the right. There was a merge of linguistics and jurisprudence that has caused occurrence of new discipline of legal linguistics (lingvolegal). The present work is executed in such direction of legal linguistics, as judicial linguistic examination. Material of research are comments the Internet-communities « Overheard Kemerovo », « Accident Kemerovo », « RIA of News ». In article legal and linguistic features of comments to posts in social networks are allocated, their disputed character is described. Specific examples language disorders, frequency in the Internet-communications are analyzed: the insult; protection abuse, dignity and business reputation; threat; slander; the insult of representatives of authority; excitation of racial, religious, national and social hatred and enmity; an advertising orientation; a gender orientation. The semantic models forming lingvolegal conflicts in allocated groups are described. Results of research allow to come to the conclusion about existence of speech aggression in various communicative situations that leads to progress of the judicial linguistic examination which have been directed on check of conformity of the statement to rules of law.

**Key words:** legal linguistics, language and the law, lingvolegal conflict, lingvolegal infringement, a social network.

Юридическая лингвистика – довольно новая область языкознания, которая развивается в настоящее время. Её объектом являются взаимоотношения языка и закона. Данный термин был предложен в 1999 году научным коллективом Лаборатории

юрислингвистики и развития речи Алтайского госуниверситета и региональной ассоциацией лингвистов-экспертов и преподавателей (АЛЭП «Лексис») под научным руководством профессора Н.Д. Голева [1].

Интерес к языку права проявляется на протяжении длительного времени. Так, С.Э. Зархина в статье «У истоков национальной юрислингвистики» пишет: «Язык права – один из возникших на основе литературного национального языка профессиональных языков (наряду с языками медицины, техники, искусства и т. п.). В языке аккумулируется опыт освоения окружающего мира; в слове материализуются представления человека о предметах, процессах, явлениях; с помощью слов формулируются мысли, осуществляется коммуникация. Право же объективируется в языке для выражения общеобязательных социальных норм, установленных и обеспечиваемых государством [2, с. 6].

Объектом изучения юридической лингвистики является лингвоправовой конфликт – «речевое (языковое) преступление, как принято сейчас говорить, хоть и неюридизированное понятие. Это, с одной стороны, самая острая форма словесного конфликта, т.е. явление коммуникативной природы, с другой – правонарушение, т.е. феномен правовой природы» [3, с. 2].

В настоящем исследовании на материале интернет-коммуникации анализируются следующие группы лингвоправовых нарушений: оскорбление; защита чести, достоинства и деловой репутации; угроза; клевета; оскорбление представителей власти; возбуждение расовой, религиозной, национальной и социальной ненависти и вражды; рекламная направленность; гендерная направленность.

Представим семантические модели, образующие лингвоправовые конфликты в выделенных группах:

1. **Интеллектуальная способность.** Данная семантическая модель была выделена в группах «Оскорбление», «Угроза», «Оскорбление представителей власти», «Гендерная направленность». Примеры: *«Алена, я понимаю, что ты безмозглая тупая дауниха, но всё же говорить о фамилии человека это просто уровень даунизма», «Анастасия, жди, я ж найду тебя, я ж не тупая нищевродка, как ты и твои родители, у меня связей достаточно», «Сраная администрация, еще правительством себя назвали. Кучка дегенератов», «Я надеюсь тупую девку эту дерево прибило».*

2. **Прямое оскорбление.** Данная семантическая модель является одним из самых частотных примеров образования лингвоправовых конфликтов, представлена во всех выделенных группах. Примеры: *«Николай, дебилы тоже вне закона, но ты же существуешь», «Я найду тебя, и ты будешь на меня молиться сучка», «Елизавета, ты торгуешь своим телом и говоришь мне что правильно а что нет, ты серьезно?», «Женя, ты жалкий провинциальный ушлепок. Консультант орифлейм...Днище», «Дима, я кстати видел сегодня как тебе к\*\*\*\*\*и на е\*\*о, фу н\*\*\*й б\*\*\*я», «Павел, меньше надо принимать запрещенные вещества и не будет ничего мерещиться».*

3. **Причинение вреда здоровью, жизни.** Данную семантическую модель можно наблюдать в группе «Угроза». Примеры: *«Ты реально считаешь, что я не найду тебя? Ты уже много, сказал лишнего...только ещё хуже делаешь», «Николай, терпила и провокатор) ходи и оглядывайся», «Андрей, проститутка цивилевская, где тебя закопать?».*

4. **Политические убеждения.** Данная семантическая модель частотна в таких группах, как «Оскорбление» и «Оскорбление власти». Примеры: *«Аркадий, тупые вы навалыята и точка, кроме как парафинить людей и руками махать с ногами ваш один грамм мозга не на чё не способен!», «Александр, это ты безмозглый глупый олененок. 😊Преступник разоблачает преступников😊 это каким д\*\*\*\*\*м надо быть чтоб верить в это □□так то не плохо насральный ваш в Кировской обл. предприятия*

отжимал и пилил с губером ☹☹), «Чинуши и зажавшиеся менты всегда воровали и воровать будут, это было везде, во всех странах мира, их даже расстрелы не пугали...».

5. **Неформальный способ обращения («на ты»)**. Данную семантическую модель можно отметить в каждой из выделенных групп. Примеры: «Максим, дура ты и уши холодные. Я работаю с 18 лет. И в твоих копейках которые ты называешь налогами я не нуждаюсь», «Ольга, ты же пирогом своим торгуешь, не заработала еще? Видимо плохо работаешь», «Ты просто тварь!».

6. **Косвенные оскорбления**. Даная семантическая модель частотна в группах «Оскорбление представителей власти», «Возбуждение расовой, религиозной, национальной и социальной ненависти и вражды», «Гендерная направленность». Примеры: «Элеонора, с тобой б\*\*..на не кто диалог и не вел! Я смотрю ты так прекрасна, что фото боишься выставить) вот с тобой все понятно)», «Эта гнида еще жива», «Здравствуйте, меня зовут крыса, я представляю компанию орифлейм».

Лингвистическими маркерами представленных семантических моделей являются:

- **сравнение**: «я ж не тупая нищевродка, как ты и твои родители», «...ума ноль, намазанная как портовая шлюха. Таких как ты во вторую партию отправлять нужно, после толстых», «..дома запришь и не выходи оттуда никогда, з\*\*\*\*\*и такие как ты нытики»;

- **инвективная лексика**: «ушлепок», «гнида», «тварь», «сучка», «проститутка» и др;

- **оценочная лексика**: «Я смотрю ты так прекрасна, что фото боишься выставить», «Николай, терпила и провокатор)», ««Николай, дебилы тоже вне закона, но ты же существуешь» и др).

Приведенные примеры иллюстрируют, что речевая агрессия существует в различных коммуникативных ситуациях, что приводит к развитию судебной лингвистической экспертизы, направленной на проверку соответствия высказывания правовым нормам. В современном мире помощь лингвиста-эксперта необходима в связи с развитием социальных сетей, где границы речевых правил поведения остаются размытыми. Подобный вид лингвистической деятельности направлен на контролирование и пресечение лингвоправовых нарушений.

#### Литература и источники

1. Голев Н. Д. Постановка проблемы на стыке языка и права //Юрислингвистика – 1: Проблемы и перспективы. – Барнаул, 1999. – С. 4-11.

2. Зархина С. Э. У истоков национальной юрислингвистики – первая работа В. Д. Каткова / С. Э. Зархина // Юрислингвистика. – 2012. – № 1. – С. 6–12.

3. Кара- Мурза Е.С. Лингвоправовой конфликт как объект исследования в лингвоконфликтологии. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvopravovoy-konflikt-kak-obekt-issledovaniya-v-lingvokonfliktologii-1/viewer>

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

УДК 81'1

## ТИПЫ КИТАЙСКОЙ ПЕЙОРАТИВНОЙ ЛЕКСИКИ ПО ДАННЫМ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ

Покасова А.С.

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

В данной статье исследуются способы сбора эмпирического материала для исследования пейоративной лексики. Особый интерес в рамках данной темы представляет изучение слов из группы пейоративной лексики, использующихся в различных Интернет-ресурсах. Методом исследования послужили запросы в поисковой системе «Google», сформулированные следующим образом: «оскорбительная лексика в китайском языке» и «ругательства в китайском языке». Основанная на материалах данных запросов работа выявляет возможности сбора теоретического материала на базе Интернет-ресурсов. Методом сплошной выборки были отобраны три статьи с Интернет-сайтов, написанных в свободном неформальном стиле, первая половина из которых была опубликована анонимно, а вторая—под авторством Константина Смирнова и пользователя Aida. При анализе ответов на вышеуказанные запросы был выявлен 31 пейоративов в китайском языке.

Данные, полученные в ходе исследования, могут быть использованы в лексикографии, преподавательской деятельности и изучении других групп лексем или языков.

**Ключевые слова:** пейоративная лексика, эмпирическая база, Интернет-ресурс, русский язык, китайский язык.

## TYPES OF CHINESE PEJORATIVE VOCABULARY ACCORDING TO INTERNET RESOURCES

*Pokasova A.S.*

Kemerovo State University

This article examines the ways of collecting empirical material for the study of pejorative vocabulary. Of particular interest in this topic is the study of words from the group of pejorative vocabulary used in various Internet resources. The research method was based on queries in the Google search engine, formulated as follows: "offensive language in Chinese" and "swear words in Chinese". Based on the materials of these queries, the work reveals the possibilities of collecting theoretical material on the basis of Internet resources. By the method of continuous sampling, 3 articles were selected from Internet sites written in a free informal style, the first half of which was published anonymously, and the second—under the authorship of Konstantin Smirnov and the user Aida. When analyzing the responses to the above queries, 31 pejoratives in Chinese were identified.

The data obtained in the course of the study can be used in lexicography, teaching, and the study of other groups of lexemes or languages.

**Key words:** pejorative vocabulary, pejorative, empirical base, Internet resource, Russian, Chinese.

Большинство лингвистических исследований невозможно без работы с конкретным эмпирическим материалом. Теоретические концепции могут быть описаны, доказаны и подтверждены только на конкретных данных, т.к. детальное описание данных — основа доказательности дальнейших выводов.

Объектом настоящего исследования является пейоративная лексика, представленная в текстах различных Интернет-ресурсов. Предметом являются источниковедческие характеристики текстов Интернет-ресурсов, а именно - способы сбора материала для создания эмпирической базы исследований. Цель данной работы обуславливается выявлением возможностей сбора теоретического материала по Интернет-ресурсам.

Актуальность данной темы обусловлена, прежде всего, тем, что она вписывается в принципы современной научной парадигмы, такие как, антропоцентризм, функционализм, экспансионизм и экспланаторность. С позиции антропоцентризма в

данной работе напрямую затрагивается интерес к человеку в первую очередь в его отнесенности к процессу коммуникации. Рассмотрение пейоративной лексики объясняется изучением её функций, что отсылает данное исследование к парадигме функционализма, главной идеей которого является объяснение языковой формы ее функциями. Принцип экспансионизма проявляется в виде синтеза различных наук, активного диалога лингвистики с другими науками, в нашем исследовании – социологией, семиотикой, психологией, историей и культурологией. Лингвистический экспансионизм тесно связан со стремлением найти каждому языковому явлению разумное объяснение, к чему мы и стремимся в данной работе.

Фактологическую базу исследования составило 3 Интернет-статьи. Методом сбора информации послужили запросы в поисковой системе «Google». В поисковую систему было введено два запроса: «оскорбительная лексика в китайском языке» и «ругательства в китайском языке». Методом сплошной выборки, анализа и синтеза было отобрано 3 статьи.

Первая Интернет-статья «Свинские выражения: обидные китайские фразы и поговорки», опубликованная под авторством Константина Смирнова, осуществившего анализ и перевод материала Медиапортала «The World of Chinese», представляет 6 примеров пейоративной лексики в китайском языке.

Константин Смирнов предлагает следующие пейоративы:

- 1) 猪脑子 (zhūnǎozi) свиные мозги;
- 2) 咸猪手 (xiánzhūshǒu) соленые свиные лапы;
- 3) 大猪蹄子 (dà zhūtízi) большое свиное копыто;
- 4) 猪油蒙了心 (zhūyóu méng le xīn) покрытое свиным жиром сердце;
- 5) 小白菜让猪拱了 (xiǎo báicài ràng zhū gǒng le) молодая капуста была выкопана свиньей;
- 6) 猪狗不如 (zhūgǒu búrú) хуже собаки или свиньи.

Данная Интернет-статья рассматривает пейоративную лексику китайского языка с семей «свинья». Причина пейорации слов с семей «свинья» объясняется культурными и историческими факторами. Так, например, выражение 咸猪手 (xiánzhūshǒu, соленые свиные лапы), указывающее на человека, распускающего руки, пришло в китайский язык из кантонского диалекта. Выражение 大猪蹄子 (dà zhūtízi; большое свиное копыто), применяемое в отношении отталкивающего и бесчувственного человека, стало популярным после того, как его употребила одна из героинь популярного сериала «Покорение дворца Яньси», данным пейоративом был назван император династии Цин по имени Цяньлун.

Таким образом, пейорация слов с семей «свинья» в китайском языке объясняется не объективными признаками животного, а общим этнопсихолингвистическим отношением носителей китайского языка к такому предмету действительности как свинья, ведь на самом деле свиньи достаточно сообразительные, эмоциональные животные и «распускать руки» они не умеют, однако в обыденном сознании носителей языка свиней принято считать глупыми, грязными и ленивыми животными.

Вторая Интернет-статья «Немного о китайских ругательствах», опубликованная анонимно, представляет 16 примеров пейоративной лексики в китайском языке.

Данная Интернет-статья предлагает следующие пейоративы:

- 1) 贱货 (jiànhuò) дешёвка;
- 2) 王八蛋 (wángbādàn) черепашьё яйцо;
- 3) 你很讨厌 (nǐ hěn tǎoyuàn) ты противный;
- 4) 狗屁 (gǒupì) собака пускает газы;
- 5) 戴绿帽子 (dài lǜ màozi) носить зеленую шляпу;
- 6) 二百五 (èrbǎiwǔ) двести пятьдесят;

- 7) 三八 (sānbā) 3-8;
- 8) 没品味 (méipǐnwèi) не имеющий вкуса;
- 9) 你没教养 (nǐ méi jiàoyǎng) необразованный;
- 10) 暴发户 (bàofāhù) нувориш;
- 11) 土包子 (tǔbāozi) земляной пельмень;
- 12) 农民 (nóngmín) крестьянин;
- 13) 傻瓜 (shǎguā) глупая дыня;
- 14) 笨蛋 (bèndàn) дурак;
- 15) 洋鬼子 (yángguǐzi) заморский чёрт;
- 16) 神经病 (shénjīngbìng) больной на голову.

Данная Интернет-статья рассматривает большой спектр пейоративной лексики китайского языка. Причина пейорации слов объясняется культурными и историческими факторами, но также подчеркивается большая роль межличностных отношений между оскорбляющим и оскорбляемым. Так, например, пейоратив 二百五 (èrbǎiwǔ, двести пятьдесят) означает «дурак», происхождение ругательства скрывается в глубине веков; так, 250 — это половина древней стандартной меры 500, следовательно, назвать кого-то «250» значит сообщить ему что он «недоделан» или не в своём уме. Оскорбление 土包 (tǔbāozi, земляной пельмень), означающее «деревенщина, простолюдина», связано со сложной историей личного богатства китайцев.

Третья Интернет-статья «Ругательства на китайском», опубликованная под авторством пользователя Aida, представляет 9 примеров пейоративной лексики в китайском языке.

Данная Интернет-статья предлагает следующие пейоративы:

- 1) 笨蛋 (bèn dàn) глупое яйцо;
- 2) 坏蛋 (huài dàn) плохое яйцо;
- 3) 混蛋 (hún dàn) смешанное яйцо;
- 4) 变态 (biàn tài) извращённо острое;
- 5) 傻屄 (shǎ bī) тупые женские половые органы;
- 6) 小三 (xiǎo sān) маленькая тройка;
- 7) 贱人 (jiàn rén) и 贱货 (jiàn huò) дешёвый человек/товар;
- 8) 小姐 (xiǎo jiě) мисс;
- 9) 公共汽车 (gōng gòng qì chē) публичный транспорт.

Данная Интернет-статья рассматривает разноплановую пейоративную лексику китайского языка, в том числе ругательства с семей «яйцо», например, 笨蛋 (bèn dàn, глупое яйцо) и 混蛋 (hún dàn, смешанное яйцо), означающие «дурак» и «подлец». Причина пейорации слов с семей «яйцо» не объясняется автором статьи, тем не менее, она обусловлена культурными и историческими факторами. Так, в обыденном сознании китайцев «яйцо» соотносится с образом ребёнка или сына, оскорбление и принижение которых приравнивается к оскорблению всего семейного рода.

Таким образом, пейорация слов с семей «яйцо» в китайском языке объясняется не объективными признаками продукта, а общим этнопсихолингвистическим отношением носителей китайского языка к такому предмету действительности, как яйцо, которое они метафорически соотносят с членом семьи.

Проведя исследование отобранных Интернет-статей, мы можем сделать вывод, что тексты Интернет-ресурсов обладают достаточным источниковедческим потенциалом, чтобы служить средством формирования эмпирической базы дальнейшего исследования. Однако, исходя из наших наблюдений, полученные в ходе запросов результаты нуждаются в интерпретации и перепроверке.

### Литература и источники:

1. <https://ekd.me/2019/02/na-redakcii-svinskie-vyrazheniya-aktualnye-kitajskie-frazy-pogovorki/>
2. <http://www.daokedao.ru/2011/10/22/nemnogo-o-kitajskix-rugatelstvax/>
3. <https://lfl-kitay.ru/rugatelstva-na-kitajskom/>

*Научный руководитель - д-р филол.наук, профессор кафедры стилистики и риторики ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет» Лебедева Н.Б.*

УДК 811.161.1'42

## МЕТАФОРИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ «ПЕРЕСТРОЙКА – ЭТО БОЛЕЗНЬ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА» В РОССИЙСКИХ СМИ XXI ВЕКА

*Старикова А.М.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[nastyusha\\_starikova@list.ru](mailto:nastyusha_starikova@list.ru)

В ходе многолетних лингвистических исследований происходит заметная трансформация метафоры как научного объекта: на современном этапе в метафоре видится не столько популярный с древних времён способ украшения речи, сколько универсальное средство, обладающее мощным потенциалом воздействия на общественное сознание. Оценка и переосмысление концептов посредством метафоризации по-прежнему является доминирующим средством создания яркого образа как в положительном, так и в негативном свете. Данная статья посвящена исследованию метафоры в качестве распространенного в современных российских средствах массовой информации способа оценки и переоценки концепта «перестройка». Описываются особенности использования метафор со сферой-источником «болезнь»; в результате анализа делается вывод, что масс-медиа, характеризуя перестройку в негативном ключе, тем самым отражают устойчивое представление об этом политическом событии как переломном для истории нашей страны в целом и для общественного самосознания в частности. Резко-отрицательная интерпретация перестройки существенно отличается от оценки, которую давали средства массовой информации в конце XX века, из чего следует, что гипотеза о масштабной роли метафоры в процессах переосмысления и переоценки прошлого подтверждается.

**Ключевые слова:** средства массовой информации, медиадискурс, метафора, метафорическая модель, перестройка, болезнь.

## METAPHORICAL MODEL «PERESTROIKA IS AN ILLNESS OF RUSSIAN SOCIETY» IN RUSSIAN MEDIA OF THE 21ST CENTURY

*Starikova A.M.*

Kemerovo State University

The assessment and reconsideration concepts through metaphorization still is dominating means of creation of a bright image both in positive, and in negative light. Given article is devoted to research of a metaphor as the way of an assessment widespread in modern Russian mass media and reassessment concept «perestroika». Features of use of metaphors with area-source "illness" are described; as a result of the analysis the conclusion, that mass-media is

done, characterizing restructuring in a negative key, that reflect stable concept about this political event as critical for history of our country as a whole and for public consciousness in particular. Is sharp-negative interpretation of perestroika essentially differs from an assessment which gave mass media in the end of XX century from what follows, that the hypothesis about a scale role of a metaphor in processes of reconsideration and reassessment of the past proves to be true.

**Key words:** mass media, media discourse, metaphor, metaphorical model, perestroika, illness.

Вследствие преобладания в современной лингвистике тенденции антропоцентризма остаётся актуальным изучение метафоры как способа выражения языкового сознания. Выбранный для исследования концепт «перестройка» зачастую встречается в метафорическом переосмыслении, причина этого видится в следующем: спустя продолжительный период времени на смену смутному пониманию обществом происходящего в стране приходит необходимость взвешенной оценки истинных результатов реформ. Лингвистика активно реагирует на подобные изменения: появляются многочисленные исследования, посвященные современной интерпретации феномена перестройки в различных типах дискурса, в первую очередь в политическом дискурсе и медиадискурсе (см., например, работы М.А. Голованевой [2], О.Н. Кондратьевой [3; 4]). Основание для подробного анализа, в первую очередь, даёт метафорическая природа самого понятия «перестройка». В последнее время учёные уделяют особое внимание детальному анализу метафорических моделей, ядром которых является в том числе и данный концепт.

Цель статьи – описать метафорическую модель «Перестройка – это болезнь российского общества», активно используемую современными российскими масс-медиа, а также установить роль данной модели в оценке и переоценке политических событий прошлого. Материалом исследования послужил Национальный корпус русского языка (газетный подкорпус) [6], а также корпус «Архив СМИ» системы «Медиалогия» [7].

В процессе исследования использовалась разработанная А.П. Чудиновым методика анализа, которая включает характеристику сферы-источника и сферы-мишени (в данном случае – перестройка), определение компонентов, которые связывают первичные и вторичные значения охватываемых данной моделью единиц [5, с. 45].

Проблема здоровья и борьбы с существующими болезнями волнует человека с древних времён. Несмотря на значительный прорыв в науке, учёным до сих не удаётся найти лекарства от некоторых опасных недугов, в результате чего каждый человек обречён чувствовать себя незащищённым, уязвимым. Несвоевременное лечение, неквалифицированная помощь, нежелание понимать серьёзность болезни – эти и другие факторы могут привести к серьёзному исходу, вплоть до летального. «Запущенное» и кризисное состояние политики государства разных исторических периодов легко соотносится в сознании языковой личности с различными заболеваниями и их симптомами, что неизменно отражается в многочисленных метафорах, использующихся в том числе и в средствах массовой информации.

Анализ медиадискурса 2000-2020 гг. показал, что метафорическая модель со сферой-источником «Болезнь» является одной из частотных по употреблению и отчётливо отражает стремление масс-медиа к оценке и переоценке эпохи перестройки. Рассмотрим особенности метафорической модели «Перестройка – это болезнь российского общества» на примерах.

В первую очередь авторами метафор отмечается наличие симптомов стремительно развивающейся болезни: *Начавшиеся **симптомы перестройки** первыми ударили по колхозам-совхозам, быстро пошла в рост стоимость промышленных товаров, а сельскохозяйственная продукция так же быстро, но дешевила* (Зианчуринские зори, 252

13.11.2020). Подобные симптоматичные изменения не могли не быть заметны; общество ожидало действий со стороны властей, однако руководство тянуло с принятием решений. В конечном итоге симптомы переросли в опасную болезнь, которая распространилась на всю страну, проникла во все сферы её жизни: *Перестройка не есть прогресс, это болезнь общества, это кризис!* (Комсомольская правда, 23.09.2013).

Политические события существенно влияют на мировосприятие, на «самочувствие» человека в современном ему обществе. В период перестройки происходит окончательный сбой «организма»: следствием несвоевременного лечения является, например, возникновение серьёзного нервно-психического заболевания: *И, к сожалению, эти наработки нашли свое применение в период развертывания антисоветской истерии, получивший название «перестройка»* (04.12.20)

Ответственность за «заражение» страны возлагается на политиков, занимавших в то время руководящие должности. Главным виновником по многим причинам признаётся М.С. Горбачев: *Конечно, великая держава сопротивлялась смертельному "вирусу перестройки", которым ее заразил Горбачев, но это уже была агония СССР* (Вольный город, 21.08.2012); *Но самое поразительное, что свою ставищую "смертельной инъекцией" для страны "перестройку" Горбачев по сей день считает правильно выбранным курсом!* (Правда, 23.10.2020). При этом можно заметить, что лица, которые имели даже небольшие властные полномочия, наравне с крупными руководителями обвиняются в игнорировании симптомов болезни, нежелании своевременно принять необходимые меры по лечению, избавлению страны от заболевания: *Чиновники района, обладавшие надежной инсайдерской информацией, еще при первых приступах перестройки быстро расхватили все прибрежные земли себе в собственность* (Утро России, 25.12.2014).

Осложнения после длительной и тяжелой болезни проявились не только в виде кризисного состояния страны, но также и в форме своеобразных «мутаций» в сознании человека. Развитие подобных мутаций в организме крепкого советского общества прежде представлялось невозможным: *Выкидыши перестройки, почти сплошь русофобы-правозащитники, сталиноеды-либералы, моралисты-геи...* (Терские ведомости, 03.11.2016); *Не все читатели могли заметить в начале 90-х «посев» понятия «новый русский» – одного из многочисленных ментальных вирусов перестройки, но все встречались с его последствиями – анекдотами про новых русских* (Завтра, 21.11.2018).

Таким образом, в современных российских масс-медиа метафора выступает в качестве одного из наиболее значимых средств репрезентации политических событий. В процессе метафоризации перестройка соотносится в общественном сознании с многочисленными концептами сферы «Болезнь» на основе таких общих признаков как симптоматичность, масштабность распространения, возникновение осложнений и так далее. Жертвой этой болезни в понимании авторов метафор становится всё государство, под действием болезни происходят резкие изменения в сознании граждан, а последствия тяжело перенесенного заболевания проявляются и в настоящее время.

#### Литература и источники

1. Будаев, Э. В. Метафора в политической коммуникации / Э. В. Будаев, А. П. Чудинов. – М. : Флинта ; Наука, 2007, 2012. – 248 с.
2. Голованева, М. А. Оценочная лексика как средство объективации концепта «Перестройка» в русской политической драме конца XX в. / М.А. Голованева // Электронный научно-образовательный журнал ВГПУ «Грани познания». – №1 (11). – Март 2011. URL: <http://grani.vspu.ru/files/publics/1301382815.pdf> (дата обращения: 06.02.2021).

3. Кондратьева, О. Н. «Перестройка» и «Перезагрузка»: метафоры преобразований в политической коммуникации (опыт лингво-когнитивного анализа) / О. Н. Кондратьева // Политическая лингвистика. – 2015. – № 4. – С. 32–39.
4. Кондратьева, О.Н. Перестройка: спектакль или стихийное бедствие (метафорическое моделирование как способ переоценки прошлого) / О.Н. Кондратьева // Когнитивные исследования языка. –2017. – № 30. – С. 262-265.
5. Чудинов, А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991—2000) / А.П. Чудинов. – Екатеринбург, УрГПУ, 2001. – 238 с.
6. Национальный корпус русского языка. URL: <http://www.ruscorpora.ru> (дата обращения: 17.11.2020).
7. Медиалогия. URL: <https://www.mlg.ru/> (дата обращения: 13.12.2020).

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

**УДК 81'373.612.2**

## **РЕЧЕВАЯ АГРЕССИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**

*Степанова Е.Н.*

**ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»**

[yekat.stepanova@yandex.ru](mailto:yekat.stepanova@yandex.ru)

В настоящей статье представлено описание речевой агрессии в социальных сетях. Актуальность темы обусловлена повышенным вниманием лингвистов к лингвоконфликтологическому аспекту описания речевого поведения. Основным объектом изучения данной области является коммуникативный конфликт – столкновение, основанное на речевой агрессии. Предметом исследования выступает троллинг и флейминг как один из видов проявления речевой агрессии в интернете, обладающий причинно-следственной связью: троллинг является причиной, а флейминг следствием коммуникативного конфликта. В работе описан анализ дискурса пользователей социальной сети Instagram с точки зрения проявления троллинга и флейминга. Рассматриваемое информационное пространство дает возможность непосредственного участия личностей в диалоге, который строится вокруг конкретного события и является, в свою очередь, площадкой для проявления неоднозначных речевых реакций. В качестве материала использовались комментарии социальной сети Instagram, расположенные под публикациями аккаунта главы Кемеровской области, активного пользователя социальных сетей С. Е. Цивилева. Проведенный анализ Instagram-комментариев позволяет сделать вывод о том, что троллинг и флейминг как вид речевой агрессии проявляется в любом интернет-комментарии, который несет негативную информацию.

**Ключевые слова:** речевая агрессия, троллинг, флейминг, социальные сети

## **SPEECH AGGRESSION IN SOCIAL NETWORKS**

*Stepanova E.N.*

Kemerovo State University

This article describes speech aggression in social networks. The relevance of the topic is due to the increased attention of linguists to the linguoconflictological aspect of describing speech behavior. The main object of study in this area is the communicative conflict—a clash based on verbal aggression. The subject of the study is trolling and flaming as one of the types of speech aggression on the Internet, which has a causal relationship: trolling is the cause, and flaming is the consequence of a communicative conflict. The paper describes the analysis of the discourse of users of the social network Instagram from the point of view of trolling and flaming. The information space under consideration makes it possible for individuals to participate directly in the dialogue, which is built around a specific event and is, in turn, a platform for the manifestation of ambiguous speech reactions. The material used was comments from the social network Instagram, located under the posts of the account of the head of the Kemerovo region, an active user of social networks, S. E. Tsivilev. The analysis of Instagram comments allows us to conclude that trolling and flaming as a type of speech aggression is manifested in any Internet comment that carries negative information.

**Key words:** speech aggression, trolling, flaming, social networks

Речевая агрессия — актуальное явление речевой коммуникации, под которой понимается «форма речевого поведения, нацеленного на оскорбление или преднамеренное причинение вреда человеку, группе людей, организации или обществу в целом» [1, с. 460]. В «Словаре по русской речевой культуре» под общей редакцией В. Д. Черняк о речевой агрессии написано как о проявлении враждебности в общении: «Речевая агрессия обнаруживается в грубых резких высказываниях, употреблении просторечных, грубых, инвективных языковых средств, в тактиках подавления собеседника» [2, с. 342].

В сфере межличностного общения выделяется следующая классификация типов речевой агрессии: оскорбление, угроза, грубый отказ, порицание, насмешка (колкость), ссора и т.д. Следует отметить, что многие разновидности речевой агрессии сводятся к понятию троллинга и флейминга. Например, Воронцова Т. А. выделяет частотные формы речевой агрессии внутри интернет-сообществ: «сложилась целая система обозначений агрессивных форм коммуникации, самыми известными из которых являются троллинг и флейминг (или флейм)» [3, с. 342]. Троллинг является речевой провокацией с целью эскалации коммуникативного конфликта, а флейминг представляет собой «спор ради спора» в виртуальном полилогическом общении.

Представим проявление троллинга и флейминга в интернет-коммуникации на конкретных примерах.

В социальной сети Instagram 5 марта 2020 года был размещен пост от имени С. Е. Цивилева: *«Уже в этом году мы переведём 50 кузбасских школ на Платформу новой школы. Договорились с Германом Грефом об участии наших школ в проекте, разработчиком которого является Сбербанк. Это модель образования с индивидуальным подходом к каждому ученику: специальная программа анализирует способности ребёнка и предлагает подходящие задания. Участвуют в проекте кузбасские школы, которые мы уже оснастили цифровым оборудованием. Будем стремиться к тому, чтобы все наши школы вошли в программу. Это сделает кузбасское образование эффективнее и поможет раскрыть потенциал каждого ребёнка».*

Комментарии: *«А сделать так, чтобы дети учились в одну смену? Не? А в субботу отдыхали вместе с родителями. Или занимались любимыми делами. Не? Половину идиотских предметов убрать из школьной программы, вот и решение проблемы. Например, теорию физкультуры. И прочую бредятину»* – данный комментарий является проявлением речевой агрессии в форме флейминга, так как тема, установленная в публикации, поддерживается только косвенно, главное для

комментатора – выражение своего личного отношения и взгляда к данной информации с целью провокации других читателей поддержать его противоположное мнение. Характерной чертой проявления агрессии в данном комментарии являются провокационные вопросы и вопросы, содержащие только отрицательную частицу «не», которая является разговорным эквивалентом выражения негативного отношения к адресату.

«В Кемеровском районе электронного дневника то нет в школах, говорят компа нет, а тут уже платформа....» – данный комментарий содержит упрек в адрес действия описываемого в выбранной публикации. «Дневника то нет» – частица «то» подчеркивает предмет, в данном случае имеется в виду самая маленькая единица инновационных введений, которая также, по мнению автора комментария, является не выполненной. Выявленный упрек является формой троллинга, так как способен спровоцировать ситуацию флейминга.

Ответы на данный комментарий: «они на лесной поляне все)))» – представляет собой едко-язвительное замечание на общеизвестный факт с целью дискредитировать автора интернет-поста. Данный ответ выражен через сатирический прием – иронию, что позволяет признать автора троллем, который стоит «над» представленной текстовой и мультимедийной информацией. Ситуация «над» – являет собой отношение автора-тролля к текстовой информации и показывает его компетентность в данной теме. Данное сообщение можно определить, как троллинг. Мотивом данного ответа является: самоутверждение с помощью проявления своего остроумия и владением «затекстовой» ситуации. Также сам автор ответа подчеркивает комичный подтекст своих слов с помощью завершения своего текста тремя закрытыми скобками, что на языке интернет-коммуникации является «смайлом» – «улыбкой», выражением реальных эмоций коммуниканта.

Данный ответ также спровоцировал ответную реакцию в виде флейминга: «Не только на поляне, на Радуге тоже есть.»). В обоих ответах существует общеизвестная информация, которая подчеркивается с целью дискредитации автора Instagram-поста и его деятельности. Также данный ответ, с помощью оформления закрытой скобкой, демонстрирует то, что диалог продолжается в шуточной форме.

Проведённое исследование показало, что речевая агрессия в интернет-коммуникации имеет определенную специфику. Троллинг и флейминг являются основными видами речевой агрессии в интернете. Обычно ответ, содержащий негативную оценку, является проявлением троллинга и флейминга. Данная негативная информация проявляется не только в выборе сниженной просторечной лексики, но и обычно в скрытых упреках, адресованных автору публикации, и провокацией других читателей.

Представленные в работе материалы и результаты не претендуют на исчерпывающую полноту, поскольку предлагаемая проблематика находится на начальном этапе исследования. Перспективность изучения вопроса интернет-коммуникации обусловлена важностью дальнейшей систематизации и классификации уже выявленных средств выражения речевой агрессии, а также продолжением работы по выявлению и анализу новых средств выражения речевой агрессии в различных областях и сферах, что может быть использовано для подтверждения роста речевой агрессии в современном обществе.

#### Литература и источники

1. Энциклопедический словарь-справочник, 2005, с. 460.
2. Словарь по русской речевой культуре / Под общ. ред. В. Д. Черняк. – М.: Сага, 2006. – С. 342.

3. Воронцова Т. А. Троллинг и флейминг : речевая агрессия в интернет-коммуникации / Т. А. Воронцова // Вестник Удмурт. ун-та. – 2016. – Вып. 2. – С. 109–116.

*Научный руководитель – к.ф.н., доцент Новгородова Е.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

**УДК 81**

## **ОБРАЩЕНИЕ НА «ВЫ» И «ТЫ» В КИТАЙСКОЙ КУЛЬТУРЕ КАК ПРОЯВЛЕНИЕ ЭТИКЕТНОГО НАЧАЛА**

*Тыщенко А.Е.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[Anntishchenko1998@yandex.ru](mailto:Anntishchenko1998@yandex.ru)

В современном мире человек все чаще общается в официальной обстановке, что побуждает его использовать обращения, уместные для официального стиля речи. Китай очень быстро развивается технически и экономически, а Россия является самым крупным из его партнеров. Однако язык, как носитель культуры, и культура этих стран в целом отличаются. Культура Китая всегда была труднопонимаемой для западного человека, так как Поднебесная долгое время считалась закрытой страной, где, под давлением многих течений - учения Мао Цзедуна, Конфуциазма и буддизма - сформировались свои каноны, нарушение которых может привести к непониманию со стороны китайских коллег. Неправильное использование обращений может привести к серьезным последствиям и препятствовать достижению коммуникативной цели, которая является первично значимой в официальной сфере. В данный момент Китай и Россия тесно сотрудничают экономически – материалы данной работы могут пригодиться при проведении переговоров для будущих переводчиков, собеседований на русском и китайском языке, во время деловой беседы с китайскими партнерами.

**Ключевые слова:** обращение, официальная речь, китайский язык, местоимение, лингвокультура, этикет.

## **THE APPEAL TO "YOU" AND "YOU" IN CHINESE CULTURE AS A MANIFESTATION OF THE ETIQUETTE PRINCIPLE**

*Tyschenko A. E.*

Kemerovo State University

In the modern world, people are increasingly communicating in an official setting, which encourages them to use addresses that are appropriate for the official style of speech. China is developing very rapidly technically and economically, and Russia is the largest of its partners. However, the language, as a carrier of culture, and the culture of these countries as a whole are different. The culture of China has always been difficult to understand for a Western person, since the Middle Kingdom has long been considered a closed country, where, under the pressure of many trends - the teachings of Mao Zedong, Confucianism and Buddhism - its canons have been formed, the violation of which can lead to misunderstanding on the part of Chinese colleagues. Incorrect use of addresses can lead to serious consequences and hinder the achievement of the communicative goal, which is primarily significant in the official sphere. At the moment, China and Russia are working closely together economically – the materials of this work can be useful when conducting negotiations for future translators, interviews in Russian and Chinese, during a business conversation with Chinese partners.

**Key words:** address, official speech, Chinese language, pronoun, linguoculture, comparative analysis.

Источником материала данного исследования является китайский сериал «Пособие по шанхайским женщинам» («上海女子图鉴»), который содержит в себе 20 серий, длительность которых составляет примерно 24 минуты. Тема бизнеса является одной из основных в данном сериале, хотя акцент делается на развитии личности главной героини. Объем материала, включающего в себя общение в официальной сфере, составляет 2 часа 9 минут. На основе собранных данных было проанализировано, какие обращения чаще всего встречаются в официальной сфере китайского языка. В рамках данной статьи были собраны 53 единицы китайских обращений и 6 единиц китайской автономии.

Было выявлено, что в 32% процентах случаев китайцы в официальной речи использовали обращение 你 (Ты), и только в 8% случаев обращение вы (您), что является нетипичным для официальной сферы русского языка, но приветствуется в китайской лингвокультуре. Среди обращений в форме множественного числа наиболее часто встречается обращение 你们 (56%) .

В связи с тем, что местоимения ты и вы используются чаще всего, в рамках исследуемого материала хотелось бы наиболее подробно проанализировать их употребление.

Первая фраза, где встречается местоимение:

«说说你们为什么要做广告吗?»

*Скажите, почему вы хотите работать с рекламой?*

Данный вопрос был задан менеджером к потенциальным будущим стажерам фирмы. Китайское местоимение «вы» во множественном числе состоит из двух частей: иероглифа «你», который переводится как «ты», и суффикса «们» множественного числа личных местоимений. Местоимение «вы» 您 (единственное число) же не используется с суффиксом множественного числа. Это значит, что к адресатам по отдельности сразу словно обращаются на «ты», что в китайском языке хоть и не имеет отрицательной коннотации, но все же не делает адресата «выше» в глазах остальных [1].

«-Scarlet您觉得我这个提案怎么样? 客户能买单吗?»

*-很实际, 能吸引眼球, 有宣传效率, 但是你有没有想过, 你的角度太狭隘».*

«-Скарлет, как вам этот проект? Как думаете, клиенту понравится?»

*-Очень жизненно, цепляет глаз, но ты не думал, что твоя точка зрения такая узкая».*

Можно обратить внимание на то, что в китайской культуре к человеку выше по рабочему статусу все-таки обычно обращаются «на вы», а директор к своим подчиненным уже обращается «на ты» (что часто встречается и в русской лингвокультуре). В китайской культуре всегда с особым почтением относились к людям старше по возрасту и рангу, и несмотря на то, что слово «ты» не несет в себе отрицательного смысла, в отличие от русского языка, и незнакомые люди часто обращаются к друг-другу «на ты», все-таки между начальником и подчиненным существует иная форма обращения. Это форма этикета, которая не может быть нарушена [2].

Также можно заметить, что и для китайского, и для русского языков свойственно двойное обращение: «Скарлет, как вы думаете...», «Мы, битиэс».

«-你知道这个课和对公司有多重要吗?»

«-Ты знаешь, насколько этот клиент важен для фирмы?»

В данном примере шеф обращается к подчиненной, используя местоимение «ты», что в свою очередь также сигнализирует о том, что в китайской лингвокультуре, как и в русской, начальник может позволить к себе обратиться к подчиненному подобным образом [3].

«-Harriet, 你好.

-你好.

-王总你好.

-你好».

«-Хэрит, здравствуй.

-Здравствуй.

-Здравствуй, директор Ван.

-Здравствуй».

В данной коммуникативной ситуации встретились директора разных фирм. Интересным является то, что они говорят друг-другу «здравствуй», что непривычно для общения в русской официальной сфере. Это еще раз подчеркивает, что в китайской языковой культуре местоимение и обращение «ты» не несет в себе отрицательного контекста. Стоит отметить, что при переводе на русский язык из-за лингвокультурных различий следует переводить примеры, приведенные выше как «здравствуйте», но в рамках данной статьи мы переводим данную лексему как «здравствуй», чтобы постараться максимально точно передать различие между русской и китайской лингвокультурами.

«-Scarlet经常在我面前夸你, 我们非常期待接下来的合作».

«-Скарлет постоянно хвалила тебя, с нетерпением ждем дальнейшего сотрудничества»

Директора фирм впервые встретились и уже обращаются к друг-другу на «ты», что еще раз подчеркивает, что местоимение «ты» не имеет негативной семантики в китайской лингвокультуре, в отличие от русской. Это видно и в примере ниже. Люди с высоким статусом могут общаться между собой используя местоимение «ты». Ниже приведены еще несколько примеров подобных коммуникативных ситуаций:

«-Harriet!

-Amy, 好久不见.

-你可能还不知道, 伯威今天可是把全上海能叫得上名字的广告代理公司都叫来了. Harriet, 我们以前可能有点小误会, 但是大家现在都在一条船上, 希望以后能够好好合作».

«-Хэрит!

-Эми, давно не виделись!»

-Возможно ты еще не знаешь, но Бовой сегодня позвал сюда представителей всех шанхайских рекламных компаний. Хэрит, между нами было много недоразумений в прошлом, но сейчас мы все в одной лодке, и я надеюсь, что в будущем мы будем успешно сотрудничать».

В примере выше мы также видим местоимение «ты» и английское имя в роли обращения. Коммуниканты – сотрудники двух разных фирм.

«-我跟你说过要心理准备, 世道变了, 蛋糕已经不是一家吃了».

«-Я говорил тебе, что нужна психологическая подготовка – время изменилось, торт уже ест не одна семья».

«-喂, 有没有搞错, 连这样的错误都能出现, 我不是让你们校对以后在出街的吗, 到底能不能改. 现在让你们负责人跟我说话. 您好, 您是这个印刷厂的负责人吗, 出现这点错误没关系, 你告诉我出现这点错误没关系, 你们到底能不能改 我就用邮件通知全上海广告公司, 我看谁还敢用你们».

*«-Алло, есть ошибки или нет? Даже такая ошибка не может быть допущена! Я разве не только после корректировки разрешила вам выходить на улицу? В конце концов сможете исправить или нет? Сейчас дай мне поговорить с вашим начальником. Здравствуйте, это вы начальник этой типографии? В этой ошибке нет ничего страшного? Ты говоришь мне, что в этой ошибке нет ничего страшного?! Вы в конце концов исправите или нет? Я тогда оповещу все шанхайские рекламные компании, посмотрим, кто в будущем еще к вам обратится!».*

В данном диалоге мы видим, что коммуникант испытывает гнев: это выражается с помощью повышенной интонации, которая на письме отражается восклицательным знаком, указательным местоимением «这个» (этой), «你们» (вашим). Это также подчеркивает переход с обращения «вы» на «ты». Несмотря на то, что обычно в китайском языке местоимение «ты» не несет в себе отрицательного значения, в данном диалоге это четко прослеживается.

Таким образом, для китайской лингвокультуры характерно частое использование местоимения «ты», а не «вы» - местоимение «ты» не несет в себе отрицательного значения. На «вы» обращаются в большинстве случаев только подчиненные к начальникам. Коммуниканты, статус которых в обществе является примерно одинаковым, обращаются к друг другу на «ты».

### **Литература и источники**

1. Ли Циньхуа, Смирнов И. Б. Обращение в современном китайском языке / Циньхуа Ли, И. Б. Смирнов // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина, 2013, №1. С. 230 – 238.
2. Марсель Гране. Китайская мысль от Конфуция до Лаоцзы. М. —Республика, Алгоритм, 2008. — 528с.
3. Ван Цуйцуй, Руженцева Н. Б. Китайское и русское обиходно-бытовое и деловое общение: формулы речевого этикета / Цуйцуй Ван, Н.Б. Руженцева // Педагогическое образование в России, №10, 2016. С. 31-36.

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

**УДК 81'37**

## **ПРОИЗВОДНАЯ ЛЕКСИКА, НАЗЫВАЮЩАЯ РЕАЛИИ ЖИЗНИ СТУДЕНТОВ, В АСПЕКТЕ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЫ МИРА (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО ЯЗЫКА)**

***Юрина А. Е.***

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[Yurina.anastasia@bk.ru](mailto:Yurina.anastasia@bk.ru)

Данная работа выполнена в русле когнитивного направления языкознания. Статья посвящена изучению мировоззрения, ценностей, привычек и потребностей студентов, отраженных на материале производной лексики, раскрывающей один из аспектов языковой картины мира. Производное слово рассматривается как носитель культурно значимой информации, формирующей в сознании обывателя языковую картину мира, связанную с реалиями жизни определенной и неотъемлемо важной социокультурной общности - студенчества. Объектом исследования выступают особенности языковой картины мира русских студентов. Предметом изучения является тематическое своеобразие производной лексики, называющей реалии жизни студента и участвующей

в отражении их языковой картины мира. Автором приводится тематическая классификация производной лексики, называющей реалии жизни студентов на материале русского языка. Особое внимание при анализе классификации уделяется описанию семантической организации лексем в границах каждой тематической группы.

**Ключевые слова:** словообразование, производная лексика, реалии студенческой жизни, мировидение, языковая картина мира, когнитивная лингвистика.

**DERIVED VOCABULARY, WHICH NAMES THE REALITIES OF STUDENTS ' LIVES, IN THE ASPECT OF THE LINGUISTIC PICTURE OF THE WORLD (ON THE MATERIAL OF THE RUSSIAN LANGUAGE)**

*Yurina A. E.*

Kemerovo State University

This work is carried out in line with the cognitive direction of linguistics. The article is devoted to the study of the worldview, values, habits and needs of students, based on the material of derived vocabulary, which reveals one of the aspects of the linguistic picture of the world. The derived word is considered as a carrier of culturally significant information that forms a linguistic picture of the world in the mind of the layman, connected with the realities of life of a certain and inherently important socio - cultural community-students. The object of the research is the peculiarities of the language picture of the world of Russian students. The subject of the study is the thematic peculiarity of the derived vocabulary, which names the realities of the student's life and participates in the reflection of their linguistic picture of the world. The author presents a thematic classification of the derived vocabulary, which names the realities of students ' lives on the material of the Russian language. Special attention is paid to the description of the semantic organization of the lexemes within the boundaries of each thematic group.

**Key words:** word formation, derived vocabulary, the realities of student life, worldview, language picture of the world, cognitive linguistics.

Интерес современного человека к различным социокультурным общностям, в частности, к молодому поколению, заставляет его обратить внимание на язык, которым данное поколение пользуется, каким образом преобразует его и подстраивает под собственные реалии внутри языковой картины мира, в которой отражаются особенности в том числе и культурного наследия русского языка. Данный взгляд на язык мы встречаем в работе немецкого мыслителя XIX века Ф. фон Гумбольдта: «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 является неотъемлемым инструментом, с помощью которого человек на протяжении всей своей жизни формирует собственную картину мира, сквозь язык пропускается каждый переход человека из одной социокультурной общности в другую. Основным назначением языковой картины мира принято считать помощь человеку в осуществлении процессов категоризации мира через язык, в классификации всего, что существует вокруг человека, всего, о чем он может думать и рассуждать.

В современной когнитивной лингвистике производная лексика активно изучается, ученые-лингвисты продолжают расширять круг знаний об этой группе лексики. В первую очередь, необходимо отметить, что производная лексика характеризуется как мотивированный знак, иначе говоря, значение слова объясняется путем возвращения к мотивировавшей его единице. Следуя данному суждению, мы понимаем, что семантика производного слова определяется через обращение к первоначальному источнику. Также общепризнанным является мнение о том, что производная лексика воспринимается человеком именно сквозь языковую картину мира, ведь она лежит в

основе понимания социумом или же конкретным человеком реалий жизни, их индивидуальным или общественным самосознанием. Производная лексика фиксирует человеческий опыт в той или иной сфере, хранит его и передает будущим поколениям, подстраивается под различные условия жизнедеятельности человека.

Цель нашего исследования – изучение семантики производных слов, используемых в ежедневной жизни студентов, в аспекте отражения их языковой картины мира.

Объектом изучения выступают особенности языковой картины мира русских студентов, отраженной в производной лексике.

Предметом изучения является тематическое своеобразие лексики, называющей реалии жизни студентов и участвующей в организации их языковой картины мира.

Для сбора материала мы использовали следующие лексикографические источники: словарь студента (Московский финансово-юридический университет, 2014) [2], словарь абитуриента, размещенный на онлайн-платформе postupi.online [3], словарь студента (Великолукской государственной сельскохозяйственной академии, 2018) [4], краткий словарь вузовских терминов, размещенный на онлайн-платформе ПроСопромат.ру [5].

В результате использования метода сплошной выборки мы получили 75 лексем, каждая из которых вскрывает определенный объем знаний о жизни студента.

Изучение студенчества как отдельной социокультурной группы мы, в первую очередь, начали с обращения к толковым словарям для выявления определения понятий «студент» и «студенчество» соответственно. Так, еще в XIX веке В. И. Даль пишет о том, что «студент – студент высшего учебного заведения, университета или академии» [6, с. 347]. Студенчество же рассматривается как «особое общество, которое сформировалось вокруг данного учебного заведения и вносит самостоятельный вклад в общественную жизнь» [7, с. 4].

Сквозь века студенчество является и остается яркой, разнообразной и неоднородной группой людей. К примеру, основные качества русского студента конца XIX - начала XX века были выделены Михаилом Гефтером. Он писал следующее: «Каковы же неотъемлемые качества российского студента конца XIX - начала XX века? Нами были сформулированы десять следующих отличительных черт: общность и солидарность; стремление развивать идеалы и норм поведения; переходность и неоднородность; демократичность; поиски себя; корпоративность; собственные представления о будущем; состояние политических взглядов; приверженность определенным идеям и, наконец, взаимодействие с обществом» [8, с. 2]. Однако, говоря о современном студенчестве, также важно добавить к вышеперечисленным и такие присущие данной социокультурной общности черты, как независимость, приверженность к индивидуализму, коммуникативность, свободолюбие, своеобразная «романтизация» по отношению к планам на собственное будущее, раскрепощенность, самоуверенность и, конечно же, амбициозность.

Нами была составлена классификация лексем. Были выделены следующие тематические группы лексики: наименования способов оценивания, наименования процессов оценивания, наименования мест учебной деятельности, наименования видов учебной деятельности, наименования субъектов учебной деятельности, наименования средств осуществления учебной деятельности. Производные единицы, входящие в каждую тематическую группу, отражают знания, интересы, ценности студентов, связанные с учебой и досугом:

наименования способов оценивания: автомат, академическая задолженность, балл (проходной), неявка, оценка (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно), отчисление, перезачет (оценок), халява, хвост, явка;

наименования процессов оценивания: аккредитация, аттестация, восстановление (студента), коллоквиум, передача;

наименования мест учебной деятельности: академия, бакалавриат, вуз, институт, кафедра, консерватория, магистратура, проСтуда, специалитет, универ, факультет, федеральный университет;

наименования видов учебной деятельности: академ, выпускная квалификационная работа, диплом, конференция (научная), конспект, консультация, курсач / курсовик, лаба, лекция, направление (подготовки), научная работа, научная статья, окно, пара, практика, практикум, практическое занятие, семинар, специализация специальность, формы обучения;

наименования видов форм контроля: выпускная квалификационная работа, госы, зачет рубежный контроль, тест, экзамен;

наименования видов внеучебной деятельности: бал (выпускной), общага, перевод (из вуза в вуз), посвят;

наименования субъектов: ассистент, группа, декан, деканат, доцент, заместитель декана, куратор, лектор, препод, проректор, профессор, староста, студент.

наименования средств осуществления учебной деятельности: зачетка, студак, устав вуза, шпора.

При выделении каждой тематической группы лексем мы опирались прежде всего на набор реалий, в семантике каждого слова у которых была представлена определенная ситуация, будь то процесс учебной деятельности или внеучебной деятельности. Отдельно мы отметили ситуации, связанные с учебой, и связанные с досугом студентов, таких как поступление в учебное заведение, посещение занятий, прогул занятий, выполнение различных заданий и т. д. При анализе семантической организации лексем каждой группы мы получаем информацию о том, что студентами, как и большинством носителей русского языка как родного, свойственно упрощение лексики, ее сокращение в целях сохранения речевых ресурсов. Также нами была выявлена аббревиация в таких словах, как «зачетка» (зачетная книжка), «студак» (студенческий билет), «курсач/курсовик» (курсовая работа) и т. п.

Таким образом, нам удалось выяснить, что большая часть производной лексики, обозначающей реалии современного студенчества, выполняет номинативную функцию, а именно называет виды и место учебной деятельности, а также объекты, относящиеся к учебной сфере деятельности. Анализ количественного состава групп показывает, что сфера внеаудиторной деятельности и досуга представлена меньшим количеством лексем. Основную часть студенческой жизни составляет именно учеба и нахождение в учебных заведениях. Немалое значение в классификации лексем также имеют те лексемы, которые обозначают способы и процессы оценивания полученных студентом знаний, умений и навыков. В работе была раскрыта роль производных слов в формировании языковой картины мира такого социально-культурного сообщества, как студенчество.

### **Литература и источники**

1. Гумбольдт, В. фон Избранные труды по языкознанию / В. фон Гумбольдт. – М.: Издательский дом: Издательская группа «Прогресс», 2000. – 400 с.

2. Словарь студента, размещенный на информационной платформе Московского финансово-юридического университета, 2014. – Режим доступа: <https://vg.mfua.ru/news/detail.php?ID=4151> (дата обращения – 15.02.2021).

3. Словарь абитуриента, размещенный на онлайн-платформе postupi.online. – Режим доступа: <https://postupi.online/journal/faq/slovar-abiturienta/> (дата обращения – 10.01.2021).

4. Словарь студента, размещенный на информационной платформе Великолукской государственной сельскохозяйственной академии. – Режим доступа: <https://www.vgsa.ru/students/slovarik.php> (дата обращения – 10.01.2021).

5. Краткий словарь вузовских терминов, размещенный на онлайн-платформе ПроСопромат.ру, 2015 – Режим доступа: <https://prosopromat.ru/studentam/kratkij-slovar-vuzovskix-terminov.html> (дата обращения – 10.12.2020).

6. Даль, В. И. Толковый словарь живого великорусского языка / В. И. Даль. Том четвертый. – М.: Государственное издательство иностранных и национальных словарей, 1956. – 347 с.

7. Феофанов, А. М. Студенчество Московского университета второй половины XVIII –первой четверти XIX в. / А. М. Феофанов: автореферат на соискание ученой степени кандидата исторических наук. – М.: ПСТГУ, 2011. – 253 с.

8. Гефтер, М. Русское студенчество: жизненный мир / М. Гефтер. – М.: Интернет-журнал Михаила Гефтера, 2011. – URL: <http://www.gefter.ru/archive/7946>

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Проскурина А. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

УДК 821.161.1-1 (Заболоцкий Н.)

## ТЕМА ЛЮБВИ В ЦИКЛЕ Н. ЗАБОЛОЦКОГО «ПОСЛЕДНЯЯ ЛЮБОВЬ»

*Агеева И.И.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[ageeva.2015@yandex.ru](mailto:ageeva.2015@yandex.ru)

Одним из наиболее ярких представителей русской поэзии XX века является Н.А. Заболоцкий. Его произведения знакомы читателям с детства, а писательская манера интересует не только филологов, но и простых людей, увлеченных литературой.

Статья представляет собой анализ поэтического цикла Н. Заболоцкого «Последняя любовь», который датируется последними годами жизни поэта и представляет его зрелую художественную манеру. Цикл «Последняя любовь» представляет уникальное произведение, объединившее в себе множество тем и вопросов, актуальных как для поэта, так и для читателей. Любовная тематика цикла, будучи центральной, включает в себя дополнительные подтемы и проблемы, направленные на раскрытие чувств героев.

**Ключевые слова:** любовь, последняя любовь, Заболоцкий, лирика, литературоведение.

## THE THEME OF LOVE IN THE CYCLE OF N. ZABOLOTSKY "LAST LOVE"

*Ageeva I.I.*

Kemerovo State University

[ageeva.2015@yandex.ru](mailto:ageeva.2015@yandex.ru)

One of the brightest representatives of Russian poetry of the twentieth century is N.A. Zabolotsky. His works are familiar to readers since childhood, and the writing style is of interest not only to philologists, but also to ordinary people who are keen on literature.

The article is an analysis of N. Zabolotsky's poetic cycle "The Last Love", which dates back to the last years of the poet's life and represents his mature artistic style. The cycle "Last Love" is a unique work that combines many topics and issues that are relevant both for the poet and for the readers. The love theme of the cycle, being central, includes additional sub-themes and problems aimed at revealing the feelings of the heroes.

**Key words:** love, last love, Zabolotsky, lyrics, literary criticism.

В течение своей поэтической жизни Николай Заболоцкий не писал любовной лирики в привычном ее понимании. Цикл поэта «Последняя любовь» привлекает особое внимание исследователей. Стихотворения, входящие в этот цикл представляют собой отражение позднего периода творчества Заболоцкого, характеризующегося зрелостью идей, совершенством стилистики и художественной манеры их воплощения. Македонов писал, что «Последняя любовь» у Заболоцкого – это история двух человеческих жизней, а рядом цепь образов природы, которые являются метафорами-символами «организма» «всего мироздания» (например, «чертополох» или «можжевельный куст»). Но в свете биографического комментария, данного сыном поэта, цикл Н. Заболоцкого требует переосмысления с новой стороны.

Название цикла определяет одну из ведущих тем всех стихотворений. В русской поэзии немало любовных лирических циклов. Аналогичные произведения можно найти в творчестве Ф.И. Тютчева, А.А. Фета, Н.А. Некрасова. Однако существенным отличием исследуемого материала является то, что, если стихи названных авторов были объединены литературоведами впоследствии, Заболоцкий сам определил состав цикла и его структуру.

История создания данного поэтического цикла была раскрыта сыном поэта Никитой Заболоцким. В комментариях к произведению он пишет, что время работы над этим циклом – 1956-1958 гг. – пришлось на период расставания Заболоцкого с женой Екатериной Васильевной. Сторонние связи супругов не подарили обоим счастья, однако писатель испытал новое чувство к молодой женщине Н.А. Роскиной, которой посвящены некоторые стихи. Чувства к жене Николай Алексеевич также сохранил, и за месяц до смерти поэта прежняя семья восстановилась. Ввиду названных обстоятельств и переживаний Заболоцкий впервые отображает личные чувства в максимально откровенной форме и придает теме любви не абстрактный философский смысл, а частный, конкретный [Заболоцкий, 2016].

Цикл «Последняя любовь» включает десять стихотворений, в числе которых: «Чертополох», «Морская прогулка», «Признание», «Последняя любовь», «Голос в телефоне», «\*\*\* (Клялась ты – до гроба)», «\*\*\* (Посреди панели)», «Можжевельный куст», «Встреча», «Старость». В статье проанализированы ключевые стихотворения цикла – «Чертополох», «Последняя любовь», «Старость».

В стихотворении «Чертополох», открывающем цикл, центральным образом является букет чертополоха. Чертополох не является цветком, который принято собирать в букеты и кому-либо преподносить, однако лирический герой получает такой презент: «Принесли букет чертополоха / И на стол поставили». Примечательно, что предложение является неопределенно-личным, букет ему «принесли», причем намеренно не указывается род субъекта действия. Это свидетельствует о некоем предназначенном свыше событии, неуправляемом вмешательстве сторонних сил в жизнь героя. Таким образом, автор затрагивает тему предопределенности, рока, управляющего судьбой человека. Появление букета, представляющего для героя «пожар», приводит его в особое состояние, аналогичное цветам: «Предо мной пожар, и суматоха, / И огней багровый хоровод». Чертополох становится символом влечения, а эпитет «багровый» проводит параллель с красным цветом – символом страсти. Череду новых чувств («хоровод огней», т.е. эмоций), ранее незнакомых и запретных для героя, открывают ему особый мир. Особое ощущение, принесенное чертополохом, а именно запретная влюбленность, наносит серьезные сердечные раны, оказывается губительным и опасным: «пучки цветов, кровавоглавы, / Прямо в сердце врезаны мое», «И простерся шип клинообразный / В грудь мою».

Образ птицы, появляющийся в стихотворении, может быть интерпретирован как символ чистой любви: «За решеткой – сказочная птица, / Та, которой некому помочь. / Но и я живу, как видно, плохо, / Ибо я помочь не в силах ей. / И встает стена чертополоха / Между мной и радостью моей». То, что птица находится за решеткой, свидетельствует о закрытой дороге к истинному счастью, а возлюбленная оказывается запретной и недоступной. Лирический герой сожалеет, что не может помочь птице, и сам не в силах приблизиться к желанному образу жизни, не отягощенному борьбой светлого начала с темными призывами души, пожаром страстей.

Сквозь «стену чертополоха» лирический герой прощается со своей радостью: «в последний раз / Светит мне печальный и прекрасный / Взор ее неугасимых глаз» [там же]. Лексема «последний», появляющаяся уже в названии цикла, намекает на уходящее время, завершение некоего этапа в отношениях. Герой понимает, что взор любимой как образ счастья больше не появится перед ним, и автор завершает стихотворение в минорной тональности. Темы предопределенности, любви и страсти сопровождаются в

стихотворении натурфилософией поэта, актуальной для всего его творчества. Описывая букет чертополоха как «образ мироздания», Заболоцкий проводит параллель между частными людскими переживаниями и общей моделью мира, чувствами, заложенными в человеке природой.

Стихотворение «Последняя любовь» является композиционным и идейным центром цикла. В нем лирический герой занимает позицию стороннего наблюдателя. Причем параллельно к нему сцену свидания наблюдает и шофер, который видит за происходящим не фигуры, а «странные лица», которые «светятся», т.е. излучают тепло, добро, безмерную любовь: «И водитель сквозь сонные веки / Вдруг заметил два странных лица, / Обращенных друг к другу навеки / И забывших себя до конца». Чувства персонажей настолько сильны, что они готовы забыть себя, раствориться в любимом, воображая, что это состояние вечно. В рутине серых дней только тайные свидания являются для них спасением, истинным счастьем: «В неизбежном предчувствии горя, / В ожиданье осенних минут / Кратковременной радости море / Окружало любовников тут». «Бесприютные дети ночей» – люди, нашедшие любовь, но не нашедшие ей оправдания, объяснения, места в своей обыденной жизни. Тем сильнее чувства, оттого что герои являются зрелыми людьми, а их любовь – последней для обоих. Однако шофер знает точно, что век скрывающихся от общества любовников короток: «Он-то знал, что кончается лето, / Что подходят ненастные дни, / Что давно уж их песенка спета, – То, что, к счастью, не знали они».

Лето выступает в качестве символа расцвета сил, любви, счастья. Но природа неизменно сменяет времена года, а человек стареет, и вслед за молодой энергией лета приходит увядание осени – расставание. Финал стихотворения раскрывает тему неминуемой разлуки, невозможности продлить любовь вечно если не в душе, то в реальной жизни.

В последнем стихотворении цикла «Старость», как и в стихотворении «Последняя любовь» субъект лирического переживания дистанцирован от созерцаемой пары. Но если раньше изображались любовники, которым вскоре суждено расстаться, то теперь поэт описывает пожилую пару, вероятно, супругов, проживших вместе целую жизнь. Любовь здесь являет собой неспешное светлое чувство, не страсть, а спокойную заботу, полное взаимопонимание. Автор изображает отношения, которые считает идеалом любви, но понимает, что достичь подобного счастья суждено далеко не всем: «Что счастье наше – лишь зарница, / Лишь отдаленный слабый свет. / Оно так редко нам мелькает, / Такого требует труда! / Оно так быстро потухает / И исчезает навсегда!».

Таким образом, тема любви является ключевой в цикле «Последняя любовь». Изображая полный спектр чувств и эмоций, Заболоцкий воспроизводит все разновидности любви, начиная от зарождающейся страсти, заканчивая душевным единением. Различные этапы отношений раскрываются благодаря дополнительным темам. Расставание, переживание разлуки, воспоминания о счастливых мгновениях, одиночество, смирение и прощение – все эти подтемы представляют многогранную картину любви.

Названные темы раскрываются в рамках актуальных проблем: невозможности поддерживать любовь вечно, недостижимости эмоционального равновесия, несбыточности тайных желаний. Однако в этом и заключается тайна мироздания: Заболоцкий приходит к выводу, что любовь непременно сопровождается разочарованиями и потерями, и только смирение позволяет оценить даже самые сложные чувства и принять их как ценный опыт.

Эмоционально насыщенная семантика представлена в сдержанной форме художественного выражения. Страсть, накрывающая героев, скрыта от посторонних глаз завуалированными оборотами, метафорами, сравнениями. Таким образом, перед читателем возникает не череда действий, а палитра чувств, формирующая представление об искренней любви.

## Литература

1. Заболоцкий, Н. А. Стихотворения / Н. А. Заболоцкий. – М. : ЭКСМО, 2018. – 352 с.
2. Заболоцкий, Н. Н. Жизнь Николая Заболоцкого / Н. Н. Заболоцкий. – М. : Рипол-Классик, 2016. – 574 с.
3. Заболоцкий, Н. Н. Книга жизни / Н. Н. Заболоцкий. – Волгоград : Вита Нова, 2018. – 512 с.
4. Македонов, А. В. Николай Заболоцкий. Жизнь. Творчество. Метаморфозы / А. В. Македонов. – СПб. : Советский писатель, 1987. – 368 с.

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

УДК 811.161.1'38

### СИСТЕМА ПРИРОДНО-ПЕЙЗАЖНЫХ ОБРАЗОВ РОМАНА К. Г. ПАУСТОВСКОГО «БЛИСТАЮЩИЕ ОБЛАКА»

*Алимпина Д. М.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[bakagausagi@mail.ru](mailto:bakagausagi@mail.ru)

Предлагаемая работа представляет собой литературоведческий анализ произведения К. Г. Паустовского «Блистающие облака», рассмотрение поэтики природно-пейзажных образов и решение определенных задач. Выбранное произведение относится к раннему творческому периоду, что является достаточно необычной темой для рассмотрения. Этот промежуток не является изученным в полной мере, причиной того стал соцреалистический канон, которому роман, пропитанный романтическими элементами, не подходил. Идеологически окрашенные исследования сложно считать достаточно глубокими для данного произведения. Посредством анализа некоторых фрагментов текста показана взаимосвязь природно-пейзажных образов и сюжета. Конкретные примеры помогут лучше разобраться в нашем вопросе, а приведенные образы достаточны для наглядного понимания.

**Ключевые слова:** природно-пейзажные образы, К. Паустовский, теория литературы, историческое сравнение, литературоведение.

### THE SYSTEM OF NATURAL LANDSCAPE IMAGES OF THE ROMAN BY K. G. PAUSTOVSKY «SHINING CLOUDS»

*Alimpina D. M.*

Kemerovo State University

The proposed work is a literary analysis of the work of K. G. Paustovsky "Shining Clouds", consideration of the poetics of natural landscape images and the solution of certain problems. The selected work belongs to the early creative period, which is a rather unusual topic for consideration. This gap has not been fully studied, the reason for this was the socialist realist canon, which the novel, saturated with romantic elements, did not fit. It is difficult to consider ideologically colored research deep enough for this work. By analyzing some fragments of the text, the relationship between natural landscape images and the plot is shown. Specific examples will help you better understand our question, and the images given are sufficient for a clear understanding.

**Key words:** natural landscape images, K. Paustovsky, theory of literature, historical comparison, literary criticism.

О творчестве Константина Георгиевича Паустовского на сегодняшний день написано немало научных работ. В них рассматриваются разные точки зрения и изучаются различные аспекты. Проблеме поэтики произведений Паустовского посвящен ряд работ Н. Н. Воробьевой, Л. А. Левицкой, А. И. Роскина, С. Ф. Щелоковой, В. М. Яценко и многих других. Но нужно признать, что, при значительных успехах, полученных в разработке определенных вопросов, несмотря на наличие значительного количества научных работ, большинство исследователей вынуждено признать, что творчество писателя до сих пор остается малоизученным во многих отношениях.

Стоит отметить, что пейзажные образы занимали важное место в произведениях литературы на протяжении всей истории. Природа является неотъемлемой частью творчества К. Паустовского, где такие образы выполняют изобразительно-выразительные функции, а также несут в себе смысловые акценты. Авторский пейзаж отражает восприятие персонажей, их эмоции, подчиняется конкретным целям.

*Целью* данного научной статьи является рассмотрение поэтики природно-пейзажных образов в произведении К. Г. Паустовского «Блистающие облака», чтобы понять, важны ли в детективно-приключенческом романе природно-пейзажные зарисовки.

Роман «Блистающие облака», написанный в 1928 году, отличается от других своим детективным сюжетом. Критики отзывались о романе отрицательно, сравнивая его с другими произведениями писателя не в лучшую сторону. Однако «Блистающие облака» играют важную роль в понимании творчества Паустовского.

Картины природы, воссозданные великими мастерами слова, воспринимаются как неотъемлемая часть многих художественных произведений. Сам этот факт свидетельствует о безусловной функциональной значимости текстовых фрагментов, представляющих собой описания для художественного текста в целом.

«Литературный энциклопедический словарь» определяет пейзаж как «описание природы, шире – любого незамкнутого пространства внешнего мира».

Разные исследователи используют разные подходы к осмыслению природных образов. Рассматривая тот или иной пейзажный образ, мы должны учесть его контекст, в котором мы и будем его исследовать. Стоит принять во внимание, что исследование природно-пейзажных образов должно учитывать время, в котором данные образы были реализованы. От исторического контекста зависит понимание образов, возможность их анализа.

Рассмотрим некоторые образы романа на конкретных примерах. С самого начала нас встречает пейзажное описание, вводящее в сюжет. «Стояла ледяная и горькая осень. По ночам ветер шумно тряс над дощатыми крышами гроздьями стеклянных звезд. Огородные грядки были посыпаны крупной солью мороза. Пахло гарью и старым вином. А в полдень над горизонтом розовым мрамором блистали облака» (I, с. 2). Перед нами предстает осенний пейзаж, холодный пригород Москвы, а также те самые «Блистающие облака».

Данный отрывок показывает нам локальный тип пейзажа, описывающий Московскую область в определенное, осеннее, время года. Наличие запахов в описании придает образу реальности. Настроение у пейзажа унылое, потому что используются эпитеты «ледяная» и «горькая» по отношению к осени, что придает общему образу некую грусть, точно так же как и запах гари.

Чтобы посмотреть, как совершенно другой пейзаж влияет на настроение, далее мы встречаемся с грузинским пейзажем, экзотическим для героя. «На бульвар, на море и город жарким ветром налетала сухумская ночь. Темнота, лиловая и мягкая, как драгоценный мех, освежала сожженные лица. Белый пламень фонарей, отраженный

меловыми стенами, заливал фруктовые лавки. Они были пряные до тошноты и пестрые, как натюрморты. Апельсины скромно пылали на черной листве» (VII, с. 29), где перед нами предстает летний город, пропитанный необычными запахами. Данный пейзаж позиционируется позитивным, но изобилие чуждо герою Капитана, отчего становится неприятно. А фразы «пряные до тошноты», «пылали на черной листве» создают пренебрежительное отношение к местности.

Дальнейший отрывок связан с морем, путешествием на корабле. Он показывает совершенно отличную от приведенных выше примеров ситуацию. «Шторм гремел и надвигался с востока стеной, закрывая звезды. Так они сидели тесно и тихо, изредка перекидываясь словами, потом сразу вздрогнули: сквозь рев шторма доносились странные оборванные звуки. Ветер засвистел в снастях с нарастающей яростью, испуганные звезды скачками понеслись к горизонту. Голос Глана сорвало, унесло в ночь, и пушечным ударом на пароход обрушилась водяная гора. Шторм крепчал» (IX, с. 40). В данном фрагменте описывается бушующий шторм, являющийся угрозой для героев. Использование фраз «гремел», «надвигался стеной, закрывая звезды», «ветер засвистел с нарастающей яростью» помогает передать страх героев за свою жизнь, добавить напряжения для читателя. Паустовский использует фразу «обрушилась водяная гора» по отношению к волнам, создавая шторму еще более разрушительный образ. Также этот образ является предупреждением, предостережением, что дальнейший путь для героев может обернуться чем-то ужасным.

Суммируя всё вышесказанное, мы можем заметить, что пейзажные образы отображают героев. Паустовский подбирает для каждого из них свой особый пейзаж, выражающий их эмоции. Также, зависимо от места, меняется и сам пейзаж, отношение героев к нему. Чужое место ощущается непонятным и чужим, даже если имеет в себе позитивные краски. Мы можем заметить, что отношение героя ко всему, что его окружает, меняется, как и меняется его отношение к жизни. Паустовский показывает через пейзаж эмоции, которые не показывает через героя.

Важную роль в передаче чувств героев занимает погода. В одних фрагментах погодные условия выражают собой состояние души героя, в других – сюжетные повороты. Также нельзя не заметить, насколько важен рельеф и постройки. Урбанистический уклад Москвы оказывается более приятным для героев, чем горы и моря, потому что более понятен и привычен.

### **Литература и источники**

1. Ачкасова, Л. С., Раннее творчество К. Паустовского / Л. С. Ачкасова // Казанский государственный университет. Казань.: – 1960г. – с.56-60.
2. Бахтин, М. М. Вопросы литературы и эстетики // М. М. Бахтин — М.: Худож. лит., 1975. — С.234-407.
3. Вельницкая, Л. А. Воспоминания о Константине Паустовском / Л. А. Вельницкая Советский писатель. М.: 1985.
4. Виноградов В. В. Проблема образа автора в художественной литературе // О теории художественной речи. М., 1971.
5. Гоигорьян, К. Н. Пейзаж в русской живописи и поэзии / К. Н. Григорьян И Литература и живопись. – Л.: 1982. - с. 128-147.
6. Енева, М. В. Особенности художественной эссеистики (на материале идиолекта К.Г.Паустовского). / М. В. Енева Вестник Тамбовского университета. Серия филологические науки и культурология. – 2015. – №2. – с.63-67.
7. Жирмунский В.М. Введение в литературоведение: Курс лекций [1945 — нач. 1960-х гг.]. С. 227-244.
8. Колесникова, Г. Прощание с экзотикой (о творчестве К. Паустовского) Текст. / Г. Колесникова Красная новь. М.: 1940. - Кн. 1. - С. 218 - 227

9. Котяева, Е. С. , Курьянова О. А. Концепт «природа» в русской лингвокультуре (на материале произведений К. Г. Паустовского и М. М. Пришвина) / Е. С. Котяева, О. А. Курьянова Русская речь в инонациональном окружении. – 2013. - №7. – с.36-42
10. Лихачев, Д. С. Поэтика художественного пространства / Д. С. Лихачев // Поэтика древнерусской литературы. — М.: 1979. — С. 209–351
11. Мантрова, С. А. Человек и природа в прозе К. Г. Паустовского / С. А. Мантрова 1910-1940-х гг. (типология героя, специфика конфликта, проблема творческой эволюции). – Тамбов: 2011.
12. Налегач, Н. В. Диалог культур в рассказе К. Паустовского «Умолкнувший звук» / Н. В. Налегач Сборник трудов конференции. Кемерово: 2016г. – с. 200 – 207.
13. Паустовский, К. Г. Несколько отрывочных мыслей. / К. Г. Паустовский Автобиография, предисловие к Собранию сочинений в 8 томах . М.: 1967
14. Трунин, К. Паустовский. Критика и анализ литературного наследия / К. Трунин М.: Издательские решения, 2020.
15. Чамсединова, Г. Ш. Эстетическое начало в творчестве К. Паустовского / Г. Ш. Чамсединова Известия Дагестанского государственного педагогического университета. Общественные и гуманитарные науки. – 2008. - №2. – с.127-130
16. Чачко, А. Творческий путь К. Паустовского Текст. / А. Чачко Детская литература. - М.: 1935.- № 9. - С. 12-21.
17. Чудакова, М. О. Паустовский / М. О. Чудакова. – Л.: Изд-во Краткая литературная энциклопедия (КЛЭ), 1968. - 5 т.
18. Цераский, В. К. О светящихся облаках / В. К. Цераский. – М.: Изд-во Гостехиздат, 1953. – 81 – 84 с.
19. Эпштейн, М. Н. Природа, мир, тайник вселенной: Система пейзажных образов в русской поэзии / М. Н. Эпштейн. - М.: Изд-во Высшая школа, 1990.

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

**УДК 811.161.1'38**

## **ОТРАЖЕНИЕ КАТЕГОРИИ ПОГРАНИЧНОСТИ Ф.М. ДОСТОЕВСКОГО В РОМАНЕ О. ПАМУКА «МОИ СТРАННЫЕ МЫСЛИ»**

*Будаева А.С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[stasibudaeva@yandex.ru](mailto:stasibudaeva@yandex.ru)

Предлагаемая статья представляет собой литературоведческий анализ отражения пограничности русского классика Ф.М. Достоевского в постмодернистском романе О.Памука «Мои странные мысли». Данная проблема актуальна в связи с неослабевающим влиянием Достоевского на мировую литературу, в частности, на турецкую в лице её ярчайшего представителя, О. Памука. Категория пограничности – один из аспектов данного влияния, один из самых широких и многогранных. Пограничность у Достоевского наиболее явно выражена в явлении «полифонического романа», открытого М.М.Бахтиным. Ф.В. Макаричев прослеживает в нём понятие полистилистики, предшествующее направлению постмодернизма. Результаты исследования обнаруживают связь поздней классической традицией русского психологического романа с постмодернистским турецким романом.

**Ключевые слова:** пограничность, полифонический роман, полистилистика, постмодернизм, Ф.М. Достоевский, О.Памук.

## REFLECTION OF CATEGORY “POGRANICHNOST” BY F.M. DOSTOEVKY IN THE NOVEL BY O.PAMUK “MY STRANGE IDEAS”

*Budaeva A.S.*

Kemerovo State University

Offered article represents literature the analysis of reflection pogramichnost Russian F.M.Dostoevsky's classics in O.Pamuk's postmodern novel « My strange ideas ». The given problem is actual in connection with Dostoevsky's indefatigable influence on the world literature, in particular, on turkish on behalf of it the brightest the representative, O.Pamuk. A category pogramichnost – one of aspects of the given influence, one of the widest and many-sided. Pogramichnost at Dostoevsky it is most obviously expressed in the phenomenon of " the polyphonic novel », open M.M.Bahtinym. F.V.Makarichev traces in it concept of the polystylistics previous a direction of a postmodernism. Results of research detect communication by recent classical tradition of the Russian psychological novel with the postmodern turkish novel.

**Key words:** pogramichnost, the polyphonic novel, polystylistics, a postmodernism, F.M.Dostoevsky, O.Pamuk.

Феномен границы, переходного пространства, состояния, встречается повсеместно и актуален во все времена. Особенно часто над категорией пограничности задумываются философы, теологи, и, конечно же, литераторы, поэты, писатели, литературные критики и литературоведы.

Т. С. Злотникова и Т. И. Ерохина, меж тем, выделяют многогранность и исключительность русского понятия переходности, которое не имеет точных аналогов перевода на другие языки. Они выделяют две версии значения пограничности, отражённые в русском языке: материальную (прежде всего пространственную) и духовную (психологическую, эмоциональную, интеллектуальную).

Но ради интернациональной научной точности ими дано латинское определение **Homo Extremis** («человек пограничный»), и в нём содержится не только значение `границы`, но и `края`. Такая интерпретация может быть дополнительно введена в круг проблем, в том числе с особым акценте на «крайности», которые, согласно русской культурной традиции, проявляются и в декадансе, и в абсурдизме, и в постмодернизме. **Экстремальность психологического состояния, пребывание на грани (границе) между жизнью и смертью, напряжённость межличностных и социальных отношений – привычная характеристика российского человека.** Вот почему мы полагаем, что пограничность – не только семантическая, но и экзистенциальная проблема русской культуры<sup>[1]</sup>

В творчестве Достоевского пограничность в значении «крайности» широко представлена в коллизиях его героев, в их внутренних и внешних конфликтах. В связи с этим М. М. Бахтин отметил *«множество самостоятельных и неслиянных голосов и сознаний»*, и обнаружил новый тип романа – **полифонический роман**, в котором *«слово героя о самом себе и о мире так же полновесно, как обычное авторское слов»*.<sup>[2]</sup>

Ван Чуньхун, касательно героев Достоевского, отмечает, что они «часто эксцентричны, находятся в состоянии чрезвычайного нервного возбуждения, их характеры изменчивы, а социальные роли и статусы – не определены». Исследователь видит в этом попытку Достоевского создать экзистенциальную концепцию личности.<sup>[3]</sup>

Но помимо границ личностных, границы пространственно-временные в романах Достоевского нарушаются столь же часто. Известно, что Достоевский стремился исключить все статические элементы повествования: пейзаж и портрет обычно включены у него в движение сюжета, в мысли и впечатления героев, в характеризацию. Зато само сюжетное движение, изобилующее подробностями и ходами, так

затягивается, что граничит со статикой. **Небывало интенсивное переживание времени в романах Достоевского есть замедление времени. Между скоростью, темпом действия и самим временем существует обратная зависимость.**<sup>[4]</sup>

Орхан Памук, турецкий писатель, обладатель нескольких крупных литературных премий, в числе которых Нобелевская премия по литературе 2006-го года, также получивший мировую известность и признание далеко за пределами своей родины, неоднократно признавался в своих интервью, что Достоевский произвёл значительное впечатление на него в молодости. Подтверждение тому найдём на электронном новостном портале “Бумага” в статье “«День, когда я прочитал Достоевского, стал днём прощания с наивностью». Цитата: *“Лично для меня Толстой и Достоевский — величайшие писатели на все времена. Но самое сильное воздействие на меня оказывает самый глубокий и политизированный — Достоевский. <...>Такое воздействие Достоевского на меня вызвано, конечно же, его отношением к Западу, которое строится на любви и ненависти. Наше прошлое и наши культуры невероятно близки и похожи. И сегодня, говоря о Достоевском, я чувствую, что говорю и о себе”.*<sup>[5]</sup>

Стоит полагать, что Памук сосредоточился на геополитическом аспекте пограничности, но необходимо учесть, что до первой публикации романа «Мои странные мысли» в 2013-м году писатель вёл курс сравнительной литературы в Колумбийском университете с 2007-го года.<sup>[6]</sup> Также в личном книжном собрании Памука насчитывается около 12 тысяч книг, которые служат для него источником вдохновения. Особенное место в этой коллекции занимают русские писатели.<sup>[7]</sup> Нельзя не упомянуть и о том, что в 2016 году Памук приезжал в Россию для получения премии «Ясная поляна» в номинации «зарубежный писатель» именно за роман «Мои странные мысли» и для проведения лекций, темой которых, что важно, стало творчество Ф.М. Достоевского<sup>[8]</sup>.

Исходя из вышеперечисленного, с уверенностью можно сказать, что для позднего Памука, как автора, свойственна особая глубина литературоведческих познаний, поэтому он вполне мог более или менее осознанно перенять и другие черты пограничности, свойственные русской культуре и авторскому стилю Достоевского.

**Проблематика** данного исследования заключается в поиске сходных черт в творчестве Ф.М. Достоевского и О. Памука путём сопоставительного анализа их текстов.

**Актуальность** поставленной проблемы обусловлена малоизученным творчеством О. Памука отечественным литературоведением и значением влияния Достоевского на мировую литературу. В преддверии 200-летнего юбилея Ф.М. Достоевского в 2021 году вопрос о его значимости в мировой культуре в целом требует внимательного рассмотрения. По данным ЮНЕСКО, Достоевский сегодня – один из самых цитируемых и переводимых русских авторов в мире.<sup>[9]</sup>

В то же время фигура О. Памука столь же значима для турецкой литературы, как фигура Достоевского для русской. Памук стал первым турецким писателем, удостоенным нобелевской премией в 2006 году и множеством других литературных наград мирового уровня. Турецкая литература ранее крайне редко вызывала интерес за пределами собственных территорий. Заслуга О. Памука в том, что, найдя место турок и Турции в глобальном временном и географическом пространстве, он тем самым выводит собственную литературу за границы периферийности.

Подтверждением тому является то, что 26 октября 2012 года Памук был удостоен Sonning prize, крупнейшей премии в области культуры в Дании, которая вручается за вклад в европейскую культуру.<sup>[10]</sup>

Кроме того, феномен пограничности как отдельная категория в творчестве Достоевского малоизучен, хотя действительно важен для понимания русской культуры,

русского менталитета, открывает его уникальные черты, как отличительные, так и сближающие с мировой культурой.

#### Литература и источники

1. Злотникова Т.С. Ерохина Т.И. Homo Extremis русской культуры (семантика «Пограничности»). // <https://cyberleninka.ru/article/n/homo-extremis-russkoy-kultury-semantika-pogranichnosti>
2. Бахтин М.М. Проблемы поэтики Достоевского. / [https://fedordostoevsky.ru/pdf/bakhtin\\_ppd.pdf](https://fedordostoevsky.ru/pdf/bakhtin_ppd.pdf)
3. Ван Чуньхун. Проблема поэтики Достоевского. / <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-poetiki-dostoevskogo/viewer>
4. Назиров Р.Г. Творческие принципы Ф.М. Достоевского. / <http://nevmenandr.net/scientia/nazirov-book.php>
5. Мураткали А. День, когда я прочитал Достоевского, стал днем прощания с наивностью»: как нобелевский лауреат Орхан Памук посвятил лекцию русскому классику. // <https://paperpaper.ru/pamuk-dostoevsky/>
6. Encyclopædia Britannica. Orhan Pamuk. / <https://www.britannica.com/biography/Orhan-Pamuk>
7. Аноним. Орхан Памук. Биография / <https://24smi.org/celebrity/98785-orkhan-pamuk.html>
8. Скорондаева А. «Ясная Поляна»: Маканин, Абгарян, Памук /
9. Бубнова Н.В. В мире Достоевского. Методические рекомендации в помощь работе муниципальных библиотек по проведению юбилейных мероприятий, посвящённых 200-летию Ф.М. Достоевского./ сост. Бубнова Н.В., ВОУНБ им. И. С. Никитина, Воронеж 2018.
10. Orhan Pamuk. A bio-bibliography. / Nobelprize.org

*Научный руководитель – к.ф.н., доцент Е.Ю. Поселенова, ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

**УДК 398.23**

#### **СЮЖЕТ «ВОСКРЕШЕНИЯ ВОЖДЯ» В ПОЛИТИЧЕСКИХ АНЕКДОТАХ О СТАЛИНЕ**

*Дрыгина К.А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[k\\_drygina2020@mail.ru](mailto:k_drygina2020@mail.ru)

В статье рассматривается образ И.В. Сталина, который представлен в политических анекдотах 1920-х – 2000-х гг. Раскрывается понятие политического анекдота и его специфика, изучаются жанровые особенности анекдота, его история и развитие. Анекдоты анализируются в диахроническом аспекте, с привлечением мифологического и обрядового комментария. Предметом исследования стал сюжет «воскрешения вождя», возникающий в анекдотах о Ленине и Сталине. Цель работы заключается в выявлении изменений образа Сталина в анекдотах с течением времени. В статье сравниваются два политических деятеля. И.В. Сталин противопоставлен В.И. Ленину в политическом анекдоте довоенного периода, антагонизм двух лидеров даёт объективную характеристику образа «вождя народов». Анекдоты, в которых реализуется сюжет воскрешения Ленина, демонстрируют различия в восприятии образов Сталина и Ленина в народном сознании. Так, образ Ленина идеализируется, в

274

то время как Сталин представлен в непривлекательном виде. В анекдотах 1990-2000-х гг. ситуация меняется: воскресший вождь выступает в роли защитника народа, восстанавливает справедливость и упорядочивает мир.

**Ключевые слова:** политический анекдот, Сталин, Ленин, сюжет «воскрешения», мотив сна, мотив смерти

## THE PLOT OF THE "RESURRECTION OF THE LEADER "IN POLITICAL JOKES ABOUT STALIN"

*Drygina K.A.*

Kemerovo State University

The article examines the image of I.V. Stalin, which is presented in the political anecdotes of the 1920s - 2000s. The concept of a political anecdote and its specificity are revealed, the genre features of the anecdote, its history and development are studied. Anecdotes are analyzed in a diachronic aspect, with the involvement of mythological and ritual commentary. The subject of the research was the plot of the "resurrection of the leader" that arises in anecdotes about Lenin and Stalin. The purpose of the work is to identify changes in the image of Stalin in anecdotes over time. The article compares two politicians. I.V. Stalin is opposed to VI Lenin in the political anecdote of the pre-war period, the antagonism of the two leaders gives an objective description of the image of the "leader of the peoples." Anecdotes, in which the plot of the resurrection of Lenin is realized, demonstrate the differences in the perception of the images of Stalin and Lenin in the popular mind. Thus, the image of Lenin is idealized, while Stalin is presented in an unattractive way. In the anecdotes of the 1990-2000s. the situation is changing: the resurrected leader acts as the protector of the people, restores justice and brings order to the world.

**Key words:** political anecdote, Stalin, Lenin, the plot of "resurrection", the motive of sleep, the motive of death

Анекдот в России начинает активно бытовать и распространяться в период установления тоталитарного режима в СССР. На протяжении семидесяти лет существования Советского Союза анекдот был своего рода клапаном, который позволял хотя бы частично ослабить идеологический пресс, давал выход стихийному протесту народных масс. В определенном смысле юмор компенсировал отсутствие возможных свобод [1, с.108].

Коммуникативная цель политического анекдота – острая критика злободневных политических событий. Анекдот был своего рода видом политической рефлексии в условиях отсутствия политического общества и свободы слова [1, с.108]. Народ выражал своё мнение, общался с властью посредством анекдота.

В большинстве случаев исследователи понимают под анекдотом короткий рассказ юмористического характера, описывающий определённую политическую ситуацию, действия, а также личностные качества того или иного лидера.

При анализе политического анекдота стоит помнить, что каждая ситуация, описываемая в нем, гиперболизирована, поэтому мы не можем воспринимать анекдот как достоверное изображение действительности. На гиперболизацию ситуаций в политическом анекдоте обращает внимание и Д. В. Ольшанский, подчёркивая, что абсурдизация способствует выразительному запоминанию и выявлению определённых сторон политической жизни. Кроме того, учёный справедливо указывает на тот факт, что анекдот часто представляет собой эффективное средство политической борьбы, целями которого являются дискредитация оппонентов, формирование симпатии к тем или иным политикам и их сторонникам [2, с.63].

В центре нашего исследования – образ Сталина. Иосиф Виссарионович является героем многих политических анекдотов с яркими и неоднозначными сюжетами.

А. Крикманн указывает на многообразие сюжетов, центром которых является вождь народов и даёт развернутую классификацию стереотипов, встречающихся в политических анекдотах о Сталине. Среди наиболее часто повторяющихся содержательно-композиционных стереотипов исследователь отмечает следующие:

1. Анекдоты, действие в которых происходит на небе, в аду, на том свете.
2. Анекдоты, в которых сравниваются русские и/или советские главы государства
3. Анекдоты, иллюстрирующие жестокий стиль работы НКВД или КГБ в сталинские времена и принцип «Shoot first and ask questions later».
4. Анекдоты, в которых Сталин основательно кого-то пугает (а потом обычно обращает это в шутку) [3, стр. 29-31].

В данной статье будет рассмотрен сюжет о посмертном явлении вождя (Ленина, Сталина), который достаточно часто встречается в политических анекдотах. Исследование указанного сюжета даст возможность рассмотреть образ Сталина в сравнении с другими яркими политическими деятелями и выявить его специфику. Также при анализе анекдотов будет использован диахронический подход, мы рассмотрим политические анекдоты о Сталине довоенного периода, анекдоты, которые относятся к пику власти вождя народов, а также тексты, возникшие после смерти Сталина.

В довоенных анекдотах 1920–1930-х годов образ Сталина представлен в крайне негативном свете: он глупый и жадный, плохо владеет русским языком. В эти годы все начали активно рассказывать анекдоты о невежестве Сталина. Многие из этих анекдотов высмеивали советскую жизнь, в частности план Сталина о «построении социализма в одной, отдельно взятой стране». Массово фигура Сталина в анекдотах начинает появляться вместе с расцветом культа личности, то есть с 1929 года.

*Сосед-кавказец развлекал нас шутками о Сталине, и всем нравилось их слушать.*

— *Вы знаете, что прошлой ночью видел во сне Сталин? — часто спрашивал он. — Сталин видел Ленина во сне и сказал ему: «Вот, видишь, товарищ Ленин, массы со мной». «Нет, — ответил Ленин, — они со мной»* [4, стр. 105-363].

В то время у Сталина не было народной поддержки, и «массы» не питали к нему никакой привязанности, но люди еще не боялись, и легко рассказывали анекдоты про «вождя». Данный политический анекдот говорит о том, что характер взаимоотношений Ленина и Сталина был сложным и неоднозначным, поэтому в анекдотах появляется мотив недоверия по отношению к Сталину, что напрямую связано с его эгоцентризмом. В народном сознании образ Ленина идеализируется и воспринимается в качестве эталона. Сталин же в свою очередь представлен в образе сильного, но неожиданного кандидата на власть, он вызывает массовое недоверие и неприятие его методов и системы. Все анекдоты сохраняют ключевую мысль – Сталин - это «тень» Ленина. А в глазах людей Иосиф Виссарионович является «разрушителем» всего того, что так упорно создавал Владимир Ильич. Не случайно в представленном тексте возникает мотив смерти, так, фразу Ленина «они со мной» можно интерпретировать как указание на большое число погибших во время сталинского правления. В результате народ (массы) сейчас пребывает с Лениным на том свете, а не со Сталиным в мире живых. В этом контексте закономерно возникает мотив сна, который маркирует границу между миром живых и мертвых. Сон в фольклоре связан с пограничным состоянием, человек, как бы находится между реальным и потусторонним миром. Е. А. Мелетинский в «Поэтике мифа» писал, что сон и бодрствование, жизнь и смерть не слишком разграничиваются в архаической культуре, поэтому граница в данных оппозициях часто размывается [5]. Сон в данном случае приоткрывает дверь в загробный мир, что позволяет спящему человеку пообщаться с покойным, чтобы получить совет или предостережение. В представленном анекдоте Ленин выступает в роли мудрого наставника, которые явился для того, чтобы сказать Сталину, что тот идет не по верному пути.

Примечательно, что образ Ленина как «воскресшего вождя» дополняется целым рядом ассоциаций и смыслов, заслуживающих отдельного комментария. Показателен, в частности следующий пример:

*А вы слышали новую шутку о Ленине и Сталине? Так вот. Ленин однажды ночью тайком выскользнул из гробницы на Красной площади, и, томясь от чего-то вроде одиночества, ну вы знаете, нанес визит Сталину. «Так, так, ну и как тут у вас, товарищ Сталин?» — «Отлично, просто замечательно!» — похвастался Сталин. «Вот я приближаюсь к завершению первого пятилетнего плана, и весь народ со мной». — «Конечно, — сказал Ленин, — еще пять таких лет, и весь народ будет со мной [4, стр. 105-363].*

Перед нами вновь типичный фольклорный сюжет: мертвый покидает потусторонний мир и приходит к живому человеку. Между членами оппозиции «живой-мёртвый» сложные внутренние связи, нечеткость и размытость границ между этими понятиями проявляется в мифоритуальной и фольклорной традиции на самых разных уровнях и в самых разных культурных кодах. В народных мифологических представлениях смерть определяется как «вечная жизнь» или «вечный сон». Таким образом, сон равносителен смерти. Как смерть, по народным представлениям, не является концом жизни, а лишь переходом ее в другое состояние, так и сон есть временный переход в другое состояние, в «параллельную жизнь»; сон - своего рода «обмирание» [6, с. 89]. Отмеченное значение мотива сна в фольклорных текстах позволяет раскрыть суть представленного политического анекдота. Однако помимо фольклорных и мифологических истоков анекдота, в данном случае очевидна отсылка к советскому лозунгу: «Ленин жил, Ленин жив, Ленин будет жить!». В советской идеологической системе учение Ленина и сам вождь приобретают значение символа торжества коммунистической идеи, в то время как в анекдоте смысл лозунга трансформируется и оборачивается абсурдной ситуацией воскрешения покойника. В сознании людей Ленин живёт «вечной жизнью», он не куда-то уходил, поэтому является к ненавистному вождю, чтобы проверить, как обстоят дела с его народом. В данном анекдоте Ленин выступает как защитник народа, методы Сталина же, в свою очередь, способны лишь отправить всех людей на тот свет.

Следует отметить, что анекдоты о воскрешении Ленина и Сталина заметно различаются. Это связано с народным представлением и разным отношением к политике лидеров.

*Воскрес Сталин в нашу эпоху, приходит на заседание Думы. Все онемели, молчат. Он и говорит: — Так, всех демократов расстрелять, а мавзолей перекрасить в зелёный цвет! С задних рядов кто-то робко спрашивает: — А почему именно в зелёный? Сталин: — Я так и думал, что по первому вопросу разногласий не будет [7].*

В этом анекдоте Сталин сохраняет свой образ властного деятеля, раздающего распоряжения и указы. Все «онемели, замолчали», потеряли голос перед Иосифом Виссарионовичем, очевидна параллель с годами его правления, когда люди не имели возможности свободно выражать свое мнение, были как «немые». Сталин даёт указ «всех демократов расстрелять», как мы видим, перед нами репрезентация знаменитого сталинского «Расстрелять!», так как его политические методы в сознании людей остаются неизменны. Также Иосиф Виссарионович даёт ещё одно распоряжение, на первый взгляд, весьма странное, «покрасить мавзолей в зелёный цвет», разберём данную деталь подробнее. Мавзолей В. И. Ленина окрашен в тёмные оттенки красного, черного, коричневого, цвета. Художник В. Кандинский в работе «О духовном искусстве» характеризует красный цвет как живой, жизненный, беспокойный. Красный выражает мужественную зрелость, силу, энергию, решимость, триумф, радость (особенно светло-красный) и ему соответствует звук фанфар. Киноварь — равномерно пламенеющая страсть, уверенная в себе сила, «пылает» внутри себя. В той же работе коричневый цвет интерпретируется как тупой, жестокий, мало склонный к движению, в

котором красный звучит, как едва слышное кипение". Черный цвет В. Кандинский характеризует следующим образом: «В отличие от белого, черный — «ничто» без возможностей, мертвое ничто, вечное молчание без будущего, законченная пауза и развитие. За этим следует рождение нового мира. Черный — окончание, погасший костер, нечто бездвижное, как труп, молчание тела после смерти, самая беззвучная краска». Мавзолей – большое надгробное сооружение, это пространство смерти, место, где хранятся останки умершего, поэтому цветовая символика органично подобрана к объекту. Сталин же в анекдоте желает переокрасить Мавзолей в зелёный цвет, который олицетворяет цвет самой жизни, гармонии и равновесия. Этот цвет ассоциируется с возрождением, с весенним периодом, когда всё оживает и мир преобразуется. В Древнем Египте зелёный цвет был символом воскрешения, победы над смертью. Сталин восстал из мёртвых, поборол смерть, поэтому требует сменить цвет Мавзолея. Смеховой эффект достигается за счет логической несопоставимости двух приказов, отдаваемых Сталиным. Членов Думы интересует только один вопрос «А почему именно в зелёный цвет?», с расстрелом демократов они даже не спорят, а полностью соглашаются с вождем. В данном политическом анекдоте пришествие Сталина знаменует торжество смерти, но только для демократов, приведших страну к упадку.

Таким образом, мы пришли к выводу, что образ И.В. Сталина в анекдотах меняется с течением времени. Народное представление об Иосифе Виссарионовиче трансформируется: от неопытного приемника Ленина до властного диктатора, который воскрес из мёртвых, чтобы вновь вершить судьбы людей и нести свою идеологию в массы. Мы видим, что даже на примере одного конкретного сюжета проявляется неоднозначность и двойственность образа вождя народов. Также стоит отметить, что отношение к Иосифу Виссарионовичу в современном обществе несколько меняется. Его воскрешение, конечно, символизирует торжество смерти, но также этот сюжет можно интерпретировать как приход «заступника народа», который покидает мир мёртвых, чтобы «навести порядок» в мире живых.

#### **Литература и источники**

1. Романова, К. С. Анекдот как дискурс / К.С. Романова. – Екатеринбург.: Энциклопедия «Дискурсология», 2016. – 108 с.
2. Шерешева, О.В. Политический анекдот советской эпохи: специфика содержания / О.В. Шерешева // Вестник Хакасского государственного университета им. Н.Ф. Катанова. – 2018. - № 24. - С. 63 – 65.
3. Крикманн, А. Интернет-анекдоты о Сталине / А. Крикманн. – Тарту.: Эстонский Центр Истории Культуры и Фольклористики, 2004. – 398 с.
4. Архипова, А. С., Мельниченко, М. А. Анекдоты о Сталине: Тексты, комментарии, исследования / А.С. Архипова, М.А. Мельниченко. – М.: Российский государственный гуманитарный университет Центр типологии и семиотики фольклора, 2011. – 399 с.
5. Мелетинский, Е. М. Поэтика мифа / Е.М. Мелетинский. – М.: Восточная литература РАН, 2000. – 407 с.
6. Толстой, Н.И. Славянские народные толкования снов и их мифологическая основа // Сон - семиотическое окно. XXVI Випперовские чтения. М., 1993. – С. 89 – 95.
7. Анекдотов.net.: [сайт]. – URL: [anekdotov.net](http://anekdotov.net)
8. Кандинский, В. О духовном в искусстве / В. Кандинский. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2018. – 400 с.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент А.Л. Калашикова, ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

**ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ЮРИДИЧЕСКОГО ДОКУМЕНТА В  
ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ХУДОЖЕСТВЕННО-  
ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО ПРОИЗВЕДЕНИЯ «АРХИПЕЛАГ ГУЛАГ»  
А.И. СОЛЖЕНИЦЫНА. ТОМ 1)**

*Ерошевская М.В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[m\\_eroshevskaya@mail.ru](mailto:m_eroshevskaya@mail.ru)

В статье представлено исследование функционирования юридического документа в художественно-публицистическом произведении «Архипелаг ГУЛАГ» А.И. Солженицына. Предварительно нами было выявлено, что юридический документ представляет собой объект изучения как для юристов, так и для филологов. Так, теоретическую базу нашей работы представляет рассмотрение термина «юридический документ» в его правовом и лингвистическом аспектах. На основании разработок учёных-правоведов и учёных-лингвистов мы выделили основные особенности, свойственные только юридическому документу, а также те его признаки, которые свойственны документу вообще. В качестве основополагающей характеристики правового текста авторы выделяют его вовлечённость в правовое регулирование. Опираясь на теоретическую базу, в тексте произведения А.И. Солженицына мы выявили ряд юридических документов. Далее мы проанализировали, как он функционирует в художественном тексте: какие преобразования претерпевает юридический документ и какие функции выполняет.

**Ключевые слова.** Юридический документ, документ, юридическая лингвистика, художественный текст, документная лингвистика, Солженицын

**THE FUNCTIONING OF A LEGAL DOCUMENT IN A LITERARY TEXT  
(BASED ON THE MATERIAL OF THE ARTISTIC AND JOURNALISTIC WORK  
"THE GULAG ARCHIPELAGO" BY A. I. SOLZHENITSYN. VOLUME 1)**

*Eroshevskaya M.V.*

Kemerovo State University

The article presents a study of the functioning of the legal document in the artistic and journalistic work of A. I. Solzhenitsyn "GULAG Archipelago". Earlier, we found that a legal document is an object of study for both lawyers and philologists. Thus, the theoretical basis of our work is the consideration of the term "legal document" in its legal and linguistic aspects. Based on the developments of legal scholars and linguists, we have identified the main features that are characteristic only of a legal document, as well as those features that are characteristic of the document as a whole. As a fundamental characteristic of a legal text, the authors highlight its involvement in legal regulation. Based on the theoretical basis, in the text of the work of A. I. Solzhenitsyn, we have identified a number of legal documents. Next, we analyzed how it functions in a literary text: what transformations a legal document undergoes and what functions it performs.

**Key words.** Legal document, document, legal linguistics, literary text, documentary linguistics, Solzhenitsyn

Юридический документ представляет собой разновидность документа как такового. Следовательно, признаки и особенности документного текста распространяются и на

текст юридического документа. Но при этом следует разграничить понятия «документ» и «юридический документ». Исследователи определяют данные понятия на основании различных подходов, соответственно, закономерно появление различных дефиниций. Если говорить о документе, то, согласно мнению исследователя С.П. Кушнерука, самым лаконичным является определение Оксфордского словаря: «Текст или изображение, имеющее информационное значение» [2, с. 41]. Юридический документ не просто имеет информационное значение, а «способствует реализации основных функций права, которое призвано регулировать отношения между людьми, учреждениями и странами» [5, с. 982].

По мнению Н.И. Уздимаевой, «к юридическому документу относятся любые письменные акты, которые имеют юридическую силу или носят служебный характер» [4, с. 127].

В данной статье объектом нашего исследования является юридический документ. Стоит отметить, что это понятие изучается в основном учёными-правоведами. В то же время юридический документ представляет интерес и для лингвистов. Таким образом, этот феномен языка и права оказывается на стыке двух наук – юриспруденции и языкознания. Закономерно, что юридический документ выступает предметом для исследований и в рамках науки «юридическая лингвистика».

Вовлечённость в правовое регулирование является основополагающим и характерным признаком юридического документа. Он создаётся участниками правовых отношений, является внешней формой юридической практики и появляется вследствие работы с ним определённого субъекта. К.В. Каргин выделяет следующие требования, предъявляемые к юридическому документу: достоверность, своевременность и оперативность его создания, доступность, полнота, точность, грамотность, авторитетность и аутентичность, обязательность, обоснованность [1, с. 13]. С точки зрения лингвистики, документу права присущи признаки документа вообще: тяготение к предельно обобщённой в семантическом отношении лексике, высокая степень терминованности, номенклатура наименований и должностей, преобладание родовых обозначений с широкой и бедной семантикой, большое количество аббревиатур и канцеляризмов, форм инфинитива, использование отглагольных образований, пассивных конструкций и вводных слов, предложения, как правило, осложнены однородными членами и нанизыванием существительных в Родительном падеже, также на текстовом уровне зачастую присутствует рубрикация. Главной лингвистической чертой, выделяющей юридический документ из ряда других текстов официально-делового стиля, является использование юридической терминологии.

Традиционно сфера функционирования юридического документа – область права, где он выполняет различные функции: правоустановительную, правореализационную, правоохранительную, удостоверительную, учредительную и доказательственную. Тем не менее можно говорить о том, что юридический документ проникает и в литературу. При этом функции юридического документа принципиально отличаются от функций в правовой сфере. Так, в статье мы обратимся к исследованию функционирования юридического документа в художественно-публицистическом произведении «Архипелаг ГУЛАГ» А.И. Солженицына, том 1.

Жанр «Архипелага ГУЛАГ» предопределяет появление в нём юридических документов. Повествователь претендует на достоверность своих воспоминаний. Каждое из них он старается воссоздать и зафиксировать, подкрепляя отсылками или даже отрывками к определённым документам, имеющим правовой характер. Выдержка из юридического документа встречается уже на первых страницах произведения, а именно **циркуляр НКВД**, датированный декабрём 1917 года: «Ввиду саботажа чиновников... проявить максимум самостоятельности на местах, *не отказываясь* от конфискации, принуждения и арестов» [3, с. 28]. Этот отрывок приводится автором как подтверждение своих слов о том, что революция началась с «очистки

земли русской от вредных насекомых» [3, с. 29]. Одна из первых «очисток» коснулась ареста стачечного комитета Всероссийского союза служащих. Далее появляется ещё один отрывок из другого **приказа НКВД** как доказательство правдивости воспоминаний об арестах революционного периода, касающихся других классов общества: «После 30.8.18 НКВД дал указания на места «немедленно арестовать всех правых эсеров, а из буржуазии и офицерства *взять значительное количество заложников*» [3, с. 30]. Стоит обратить внимание, что автор встраивает слова о приказах НКВД в свою речь как цитату. При этом документ цитируется не из первоисточника, а из «Вестника НКВД». Кроме того, автор обращается и к другим источникам для того, чтобы подтвердить свои слова о массовых арестах, - «Декреты советской власти»: «Постановлением Совета Обороны от 15.2.19 <...> предложено ЧК и НКВД брать заложниками крестьян тех местностей, где расчистка снега с железнодорожных путей «производится не вполне удовлетворительно», с тем, что «если расчистка снега не будет произведена, они будут расстреляны» [3, с. 31]. Помимо того, что появляется новый жанр – **Постановление Совета Обороны**, автор вводит этот документ посредством пересказа основного содержания, цитируя ключевые, наиболее значимые моменты. Приведём ещё примеры юридических документов в других жанрах, но также работающих на достоверность и убедительность воспоминаний об исторических событиях начала XX века. **Директива НКВД**: «Та же директива НКВД от 30.8.18 направляла усилия «к безусловному расстрелу всех замешанных в белогвардейской работе» (эта директива также распространялась на тех, кто сопротивлялся продразвёрстке) [3, с. 32]. **Декрет Совнаркома**, подписанный В.И. Лениным и направленный на борьбу со спекуляцией от 22.7.18: «Виновные в сбыте, скупке или хранении для сбыта в виде промысла продуктов питания, монополизированных Республикой (крестьянин хранит хлеб – для сбыта в виде промысла, а какой же его промысел?? – А.С.) ... лишение свободы на срок *не менее* 10 лет, соединённое с *тягчайшими* принудительными работами и конфискацией *всего* имущества» [3, с. 32]. Последний пример интересен тем, что автор в цитируемый отрывок из правового текста включает комментарий, прямо выражая своё мнение относительно этого документа. **Приказ ВЧК №10** (от 8.1.21): «В отношении буржуазии репрессии усилить!» [3, с. 33]. В этом примере автор цитирует фразу, являющейся ключевой в юридическом документе. Такое обилие примеров юридических документов, связанных с арестами и расстрелами, используется с целью показать неумолимость происходящих процессов. Кроме того, автор показывает, что коснулись они абсолютно всех – от крестьянства до буржуазии. Отметим также, что, несмотря на нарушенную структуру документа, сохраняются некоторые его реквизиты – номер, дата, подпись. На наш взгляд, это связано с тем, что юридический документ в тексте служит не правовым целям, а художественно-эстетическим.

В середине второй главы «История нашей канализации» автор впервые упоминает о 58-ой статье Уголовного кодекса РСФСР (1922 г.), размещённой в главе «Преступления государственные». Именно на основании этой статьи издавались приказы, директивы, циркуляры об арестах и расстрелах за контрреволюционную деятельность. Отметим, что автор не цитирует статью, а пересказывает фрагменты: «58-я статья состояла из четырнадцати пунктов. Из первого пункта мы узнаём, что контрреволюционным признаёт всякое действие (по ст. 6 УК – и бездействие), направленное...на ослабление власти...», «С 1934 года, когда нам возвращён был термин Родина, были и сюда вставлены подпункты измены Родине – 1-а, 1-б, 1-в, 1-г. По этим пунктам действия, совершённые в ущерб военной мощи СССР, караются расстрелом (1-б) и лишь в смягчающих обстоятельствах и только для гражданских лиц (1-а) – десятью годами» [3, с. 52]. После каждого пересказа отрывка статьи автор даёт комментарий, выражая при этом своё отношение к этому юридическому документу. Пересказу и описанию 58-ой статьи посвящена большая часть главы, она буквально расписана по пунктам. Этот

правовой документ нужен автору для разоблачения его содержания и абсурдности наказаний, которые несли в том числе и невинные люди. 58-я статья Уголовного кодекса РСФСР служит, по мнению автора, главным доказательством жестокости и неумолимости мер, принимаемых властью в отношении народа в период политических репрессий.

Далее автор вновь переходит к перечислению изданных юридических документов на основании 58-ой статьи, но уже в жанре **указа**: «То указ о производственных прогулах. То указ о выпуске некачественной продукции. То указ о самогонварении (разгул его – в 1922 году, но все 20-е годы брали густо). То указ о наказании колхозников за невыполнение обязательной нормы трудодней. То указ о военном положении на железных дорогах (апрель 1943, отнюдь не начало войны, а поворот её к лучшему) <...> Указ о военизации железных дорог погнал через трибуналы толпы баб и подростков, которые больше всего-то и работали <...>. Указ о невыработке обязательной нормы трудодней очень упростил процедуру высылки нерадивых колхозников, которые не хотели довольствоваться выставленными им *палочками*» [3, с. 71]. Здесь стоит отметить, что представлены только название документов. Как известно, в подобных текстах права заглавие документа передаёт его главное содержание, вероятно, именно поэтому автор не приводит цитаты. Кроме того, все упоминание каждого из указов сопровождается авторским комментарием. В данном случае перечисленные юридические документы, конечно же, не имеют правового значения. Они представлены уже как исполненная воля законодателя. В тексте произведения они нужны для гиперболизирования действий беспощадной к любым сословиям политической машины.

После представления перечня указов, автор подводит к «одному из грандиознейших сталинских Указов» [3, с. 71]. Вновь автор использует приём градации при упоминании юридических документов. Автор так же не приводит цитаты из Указа, но пересказывает его санкционную часть, сопровождая собственными умозаключениями: «<...> 4 июня 1947 года огласили перекрывающий их все Указ, который тут же был окрещён безунывными заключёнными как Указ «четыре шестых». <...> уже от самого появления Указа должны были вспыхнуть эти преступления и обеспечиться обильный поток новоосуждённых. <...> если за колосками отправлялась для храбрости не одна девка, а три («организованная шайка»), за огурцами или яблоками – несколько двенадцатилетних пацанов, - они получали до двадцати лет лагерей; на заводе верхний срок был отодвинут до двадцати пяти лет (самый этот срок, четвертная, теперь занял смертную казнь, за несколько дней перед тем гуманно отменённую). Наконец, выпрямлялась давнишняя кривда, что только политическое недоносительство о хищении государственного или колхозного имущества вмазывалось три года лагерей или семь лет ссылки» [3, с. 72].

В произведении также встречаются цитаты и пересказы других документов. Помимо рассмотренных нами жанров юридического документа, автор обращается к таким жанрам, как Конституция, манифесты, приговоры, декреты, обвинительные речи, записанные на основании протоколов заседания Военных трибуналов, уголовные дела и т.п. Все они функционируют в «Арихпелаге ГУЛАГ» как установка на достоверность содержания. Автор проводит своё расследование, поднимает исторические факты, желая показать правду о тех страшных временах.

Таким образом, особенность функционирования всех юридических документов в тексте заключается в том, что они утрачивают свои собственно правовые функции, а играют роль значимой детали в создаваемом авторе художественном мире. Ни один документ не оформлен в соответствии с требованиями. Автор либо цитирует его наиболее важные фрагменты, либо пересказывает их, либо просто называет, если из заглавия понятна суть документа. Кроме того, особенностью выступают колкие авторские замечания относительно упоминаемых юридических документов. Так, их

присутствие отчасти обуславливает жанровую принадлежность произведения А.И. Солженицына в целом – художественно-историческое произведение.

#### **Литература и источники**

1. Каргин К.В. Юридические документы / К.В. Каргин. – М: Юристъ, 2008. – 191 с.
2. Кушнерук С.П. Документная лингвистика (русский деловой текст) / С.П. Кушнерук. – Волгоград: Издательство Волгоградского государственного университета, 1999. – 96 с.
3. Солженицын А.И. Архипелаг ГУЛАГ. Том 1 / А.И. Солженицын – М: Центр «Новый мир», 1990. – 429 с.
4. Уздимаева Н.И. Понятие, особенности и значение юридических документов / Н.И. Уздимаева // Контентус. 2020. - №4. – С. 125-133.
5. Харина Р.С. Юридический текст как объект лингвистического исследования / Р.С. Харина // Вестник Башкирского университета. 2014. Том 19. -№ 3. – С. 982-986.

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

**УДК 82.091**

#### **ДИАЛОГ Ф.М. ДОСТОЕВСКОГО С ЛИТЕРАТУРНОЙ ТРАДИЦИЕЙ БАЙРОНА. ОБРАЗ СТАВРОГИНА И БАЙРОНИЧЕСКИЙ ГЕРОЙ**

*Клевакина И.Н.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»  
[irinaklevakinaaa@mail.ru](mailto:irinaklevakinaaa@mail.ru)

Образы персонажей английского поэта-романтика Дж. Байрона оказали большое влияние на творчество многих авторов, ставших признанными классиками отечественной литературы: А.С. Пушкина, М.Ю. Лермонтова и др. В рамках нашей работы исследовательское внимание будет сфокусировано на диалоге с байронической традицией Ф.М. Достоевского. Авторы реалистического направления несли в своих умах совершенно новое видение романтических идеалов, утверждали их несовершенство, вследствие чего переосмыслили их в создаваемых литературных произведениях. Романтики поэтизировали личностей, придерживающихся идеи отрицания, в романе Достоевского «Бесы» происходит противоположное. Мы, безусловно, можем заметить некоторую степень сходства между Ставрогиным и байроническим героем, выражающуюся, например, в знатности происхождения, нигилизме, присущему его поколению, незаурядном уме, притягательной силе, аристократической красоте, порой безрассудной смелости и волнующей таинственности главного героя романа «Бесы». Подобное сходство демонстрирует частичное заимствование черт байронического героя Достоевским при его обращении к литературной традиции английского поэта. Однако Достоевский деконструирует поэтический ореол, окружающий байронического героя, выделяя в Ставрогине начала уродливого и смешного. Эти начала находят свои проявления через поступки героя, порожденные бесовской силой, а потому лишённые красоты.

**Ключевые слова:** Достоевский, Байрон, Ставрогин, байронизм, литературная традиция, диалог

**F.M. DOSTOEVSKY'S DIALOGUE WITH THE BYRON'S LITERARY  
TRADITION.  
STAVROGIN AND THE BYRONIC HERO**

*Klevakina I.N.*

Kemerovo State University

The images of the characters of the English romantic poet Byron had a great influence on the work of many authors who became recognized classics of Russian literature: A.S. Pushkin, M. Yu. Lermontov, including F.M. Dostoevsky. The authors of the realistic trend carried in their minds a completely new vision of romantic ideals, asserted their imperfection, as a result of which they modified them in the literary works created. In their works the romantic writes poeticized personalities, who served the idea of negation, in Dostoyevsky's novel «Besy», the opposite happens. We can certainly notice a certain degree of similarity between Stavrogin and the byronic hero, expressed, for example, in aristocracy, nihilism, intelligence, strength, beauty, courage, and mystery of the protagonist of the novel "Besy". This similarity is demonstrated by Dostoevsky's partial borrowing of the features of the byronic hero when he turned to the poet's literary tradition. But Dostoevsky deconstructs the poetic halo of byronic hero and emphasized ugly and ridiculous origins in Stavrogin. These origins find their manifestations through the actions of the hero, generated by demonic power, and therefore devoid of beauty.

**Key words:** Dostoevsky, Byron, Stavrogin, byronism, literary tradition, dialogue

Е. М. Конышев в статье «Байроническая личность в изображении Тургенева и Достоевского»[1] утверждает, что на авторов, создающих своих литературных героев, огромное воздействие оказывали байронические образы. Пик влияния пришелся на годы творчества А. С. Пушкина и М. Ю. Лермонтова, но и в творчестве писателей дальнейших лет, в частности, Ф. М. Достоевского, можно проследить отголоски поэзии Байрона. Через реалистическое творчество проявлялся принципиально новый взгляд на романтические и просветительские идеалы, передавалась недостаточная удовлетворенность ими, в связи с чем совершались изменения.

Формируя облик Ставрогина, Достоевский намеренно выделяет в своем персонаже некоторые романтические черты байронического героя: «Его воспитатель сумел дотронуться в сердце своего друга до глубочайших струн и вызвать в нём первое, ещё неопределённое ощущение той вековой, священной тоски, которую иная избранная душа, раз вкусив и познав, уж не променяет потом никогда на дешёвое удовлетворение»[2].

Е. М. Конышев в статье «Байроническая личность в изображении Тургенева и Достоевского»[3] пишет о том, что Достоевский имел неоднозначный взгляд на байронизм. Безусловно, соглашаясь с масштабом влияния Байрона и с тем, что его поэзия является значимой ступенью в нравственном становлении Европы, Достоевский все же прошел период разочарования в прославляемых им просветительских идеалах. Достоевский убежден, что Россия возьмет на себя роль первооткрывателя истинной любви к людям и прочих положений православия. В связи с этими установками, Достоевский не скрывал осуждения к героям байронического типа. Он заимствует характерные черты байронического героя и вместе с тем существенно меняет устройство характера.

Ставрогин показывается вполне вписывающимся в рамки романтического героя. Он имеет аристократическое происхождение, нигилистические воззрения, незаурядные умственные способности, устрашающую силу, невероятную красоту, смелость в выражении себя, призрачную таинственность. Он чувствует себя выше других, держится величественно, распространяет свою власть на окружающих:

«Это был очень красивый молодой человек, лет двадцати пяти, и, признаюсь, поразил меня. <...> это был самый изящный джентльмен из всех, которых мне когда-либо приходилось видеть, чрезвычайно хорошо одетый, державший себя так, как мог держать себя только господин, привыкший к самому утонченному благообразию. <...> Упомяну как странность: все у нас, чуть не с первого дня, нашли его чрезвычайно рассудительным человеком. Он был не очень разговорчив, изящен без изысканности, удивительно скромн и в то же время смел и самоуверен, как у нас никто. Наши франты смотрели на него с завистью и совершенно пред ним стушевывались» [4].

Однако большинство его поступков, вопреки романтическим идеалам, являются безнравственными, безобразными и низменными. В главе «У Тихона» Тихон указывает на некрасивость преступления Ставрогина над Матрешей:

« - ...Некрасивость убьет, -- прошептал Тихон, опуская глаза.

- Что-с? некрасивость? чего некрасивость?

- Преступления. Есть преступления поистине некрасивые. В преступлениях, каковы бы они ни были, чем более крови, чем более ужаса, тем они внушительнее, так сказать, картиннее; но есть преступления стыдные, позорные, мимо всякого ужаса, так сказать, даже слишком уж не изящные...» [5].

В статье «Байроническая личность в изображении Тургенева и Достоевского» Е. М. Конишев [6] упоминает, что категория красоты в романтической эстетике переплетена с такими положительно окрашенными понятиями как «чувство прекрасного», «сокровенное», «совершенное». Красота у романтиков тесно связана с возвышенной духовностью героя. Романтики облагораживают зло как часть возвышенного, впоследствии реализуя диалектику зла и добра в герое.

У Достоевского красота является одним из важнейших категорий эстетики, отражает его мировоззрение. Красота, по мысли Достоевского, «есть необходимая потребность организма человеческого», «без нее человек, может быть, не захотел бы и жить на свете». Мосиенко Л. И. в статье «Красота» [7] утверждает, что по Достоевскому необходимость в красоте рождается особенно сильно в то время, когда личность существует в разладе с реальностью, в дисгармонии, в противостоянии, то есть когда личность «наиболее живет», так как личность живет полно тогда, когда находится в поиске чего-либо и достигает этого. При таком условии в личности рождается естественное стремление ко всему гармоническому, спокойному, а в красоте присутствуют оба этих элемента. Красота по Достоевскому имеет связь с бурным стремлением жить и тоске по идеалу. Красота формирует направление нравственных поисков общества. Отталкиваясь от такой позиции, Достоевский противопоставляет себя движению утилитаристов, которые отрицают красоту как таковую, поскольку считают ее бесполезной. Достоевский утверждает, что «красота всегда полезна». По Достоевскому, красота наполнена смыслом не только эстетическим, но и нравственным. Красота переманивает людей встать на путь добра, не препятствуя при этом личным свободам. И, напротив, некрасивость, уродливость могут выступать в качестве маркера неистинности.

Достоевский намеренно искажает романтический образ. Романтики, переполненные революционными настроениями в связи с атмосферой эпохи, восхваляли героя-мятежника, героя-бунтаря и понимали, что для того, чтобы героем восторгались, его личность должна быть масштабной. Такой байроновский герой, как, допустим, Манферд мог переступать закон, совершая преступление. Стоит отметить, что в его случае имеются в виду преступления высокого характера. Однако преступление может быть низким, уродливым. Романтики не учли такую возможность, несмотря на то, что эстетика и этика, согласно их мировоззрению, как демонстрирует Достоевский, может не совпадать.

Ставрогин допускает мысль о том, что другой человек или некоторое явление способно установить границу его воле, но вопрос собственных сил беспокоит его - он

проводит пробы, чтобы определить их границы. Ставрогин в своем стремлении к самоутверждению неминуемо приходит в противоречие с установленным Богом миропорядком. Ставрогин утверждает, что злой и добрый поступок приносит ему равное наслаждение: «Я всё так же, как и всегда прежде, могу пожелать сделать доброе дело и ощущаю от того удовольствие; рядом желаю и злого и тоже чувствую удовольствие» [8]. Таким образом, можно допустить, что Ставрогин имеет равные способности к злу и добру. Но это не вполне верно. В своих действиях Ставрогин последователен. В нем непременно рождается стремление к вреду, разрушению, уничтожению в случае, когда он совершает хорошее. Ему не терпится перешагнуть ту границу, за которой видится свобода от существующих запретов. Чем более высокими являются его поступки в какой-то момент времени, тем более яркое удовольствие приносит ему предвидение разрушения своими же руками последствий этого поступка. Ставрогин поражен злом как болезнью. Его подвиги, жертвенные поступки первоначально скрывают в себе зло, они двойные. Ставрогин придает общественной огласке свои отношения с Марьей Лебядкиной, но в итоге все кончается ее убийством с его же позволения. Он прощает пощечину Шатову, но, тем не менее, продуцирует идею его убийства. Исповедь Ставрогина, казалось бы, полная покаяния, приобретает характер дерзкого высказывания, обращенного к людям и к Богу. Богоборческое начало у Байрона воплощено через образ Люцифера из пьесы «Каин»: самый прекрасный ангел восстает против Бога, за что оказывается в аду и нарекается именем Сатаны. Люцифер открывает Каину тайны вселенной и заверяет, что первоначальным источником абсолютно всего зла является сам Бог, охваченный стремлением к всеобщему поклонению и потребностью в тирании. Вышеперечисленная тяга к злу и деструктивности в Ставрогине может видеться довольно странной, извращенной чертой. Но в таком поведении кроется закономерность. Достоевский, осмысляющий байронического героя с христианской точки зрения, смог понять эту закономерность и показать ее.

Переосмысление байронического героя – одна из отличительных черт романа Достоевского. Она прослеживается и в сюжетной линии «Бесов», и в манере изображения. Достоевский, во-первых, рушит ауру очарования вокруг романтического героя, а во-вторых, всячески акцентирует внимание на находящих выражение в таком герое бесовских силах.

#### **Литература и источники**

1. Конышев, Е. М. Байроническая личность в изображении Тургенева и Достоевского [Электронный ресурс] / Е. М. Конышев // Режим доступа <https://cyberleninka.ru/article/n/bayronicheskaya-lichnost-v-izobrazhenii-turgeneva-i-dostoevskogo> (дата обращения: 02.02.2021)
2. Достоевский, Ф. М. Собрание сочинений в пятнадцати томах. Т. 7 [Электронный ресурс] / Ф. М. Достоевский // Режим доступа [http://az.lib.ru/d/dostoewskij\\_f\\_m/text\\_0080.shtml](http://az.lib.ru/d/dostoewskij_f_m/text_0080.shtml) (дата обращения: 02.02.2021).
3. Конышев, Е. М. Байроническая личность в изображении Тургенева и Достоевского [Электронный ресурс] / Е. М. Конышев // Режим доступа <https://cyberleninka.ru/article/n/bayronicheskaya-lichnost-v-izobrazhenii-turgeneva-i-dostoevskogo> (дата обращения: 02.02.2021).
4. Достоевский, Ф. М. Собрание сочинений в пятнадцати томах. Т. 7 [Электронный ресурс] / Ф. М. Достоевский // Режим доступа [http://az.lib.ru/d/dostoewskij\\_f\\_m/text\\_0080.shtml](http://az.lib.ru/d/dostoewskij_f_m/text_0080.shtml) (дата обращения: 02.02.2021).
5. Там же.
6. Конышев, Е. М. Байроническая личность в изображении Тургенева и Достоевского [Электронный ресурс] / Е. М. Конышев // Режим доступа <https://cyberleninka.ru/article/n/bayronicheskaya-lichnost-v-izobrazhenii-turgeneva-i->

- dostoevskogo (дата обращения: 02.02.2021).
7. Моисенко, Л. И. Красота [Электронный ресурс] / Л. И. Моисенко // Режим доступа <https://fedordostoevsky.ru/research/aesthetics-poetics/019/> (дата обращения: 02.02.2021).
8. Достоевский, Ф. М. Собрание сочинений в пятнадцати томах. Т. 7 [Электронный ресурс] / Ф. М. Достоевский // Режим доступа [http://az.lib.ru/d/dostoevskij\\_f\\_m/text\\_0080.shtml](http://az.lib.ru/d/dostoevskij_f_m/text_0080.shtml) (дата обращения: 02.02.2021).
9. Бахтин, М. М. Автор и герой в эстетической деятельности / М. М. Бахтин // Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1979. – С. 7-180.
10. Бахтин, М. М. Проблемы поэтики Достоевского [Электронный ресурс] / М. М. Бахтин // Режим доступа [https://www.fedordostoevsky.ru/pdf/bakhtin\\_ppd.pdf](https://www.fedordostoevsky.ru/pdf/bakhtin_ppd.pdf) (дата обращения: 02.02.2021).
11. Булгакова, Н. О. Особенности стиля Ф. М. Достоевского в воссоздании характера Ставрогина: к постановке проблемы / Н. О. Булгакова // Лингвогуманитарное образование в пространстве технического вуза : сборник трудов международной заочной научно-методической интернет-конференции. Томск, 11–12 декабря 2012 г. – Томск, 2012. – С. 304–312. – 0,5 а.л.
12. Булгакова, Н. О. Портрет Ставрогина: к вопросу об особенностях идиостиля Ф. М. Достоевского в романе «Бесы» / Н. О. Булгакова, О. В. Седельникова // Вестник науки Сибири. – 2015. – Спецвыпуск (15). – С. 235–239. – 0,6 / 0,4 а.л.
13. Федосеенко, Н. Г. Типология романтического героя в русской литературе [Электронный ресурс] / Н. Г. Федосеенко // Режим доступа <https://cyberleninka.ru/article/n/tipologiya-romanticheskogo-geroia-v-russkoy-literature> (дата обращения: 02.02.2021).

*Научный руководитель – к.ф.н., доцент Поселенова Е.Ю., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

**УДК 821.161-31**

## **МОТИВ СМЕРТИ В ПОЗДНЕМ ТВОРЧЕСТВЕ И.С.ТУРГЕНЕВА**

*Кулева П.С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[kulev.2014p@gmail.com](mailto:kulev.2014p@gmail.com)

Данная статья представляет собой литературоведческий анализ произведений И.С.Тургенева «Клара Милич (После смерти)» и «Встреча (Сон)», связанных между собой композиционно и тематически. Позднее творчество писателя, сводящееся к циклам таинственных повестей и «Стихотворений в прозе», значительно отличается от его работ, написанных в общественно-политической тематике. Эти циклы объединены вниманием автора к проблеме «таинственного» и «иррационального». Прямым воплощением мистической, непостижимой, страшной силы в рассматриваемых произведениях является смерть. Целью работы является выделение мотивики смерти в произведениях И.С.Тургенева и уяснение ее роли в художественном целом. В современной науке наблюдается интерес к «таинственному» как к элементу поэтики произведения. В статье предпринимается попытка описания особенностей функционирования в сюжете мотива смерти, его связи с «таинственным» началом с применением мифопоэтического подхода, мотивного анализа и интерпретации. Особое внимание уделено образам главных героев повести и деталям, в которых выражается моральность. Результаты исследования демонстрируют, что рассматриваемый нами мотив является сюжетобразующим и входит в единый комплекс мотивов, важных для

всего творчества писателя, наравне с мотивом беспомощности человека перед лицом судьбы.

**Ключевые слова:** И.С.Тургенев, таинственные повести, стихотворения в прозе, мотив смерти, танатология, смертность в литературе.

## MOTIVE OF DEATH IN THE LATE WORKS OF I.S.TURGENEV

*Kuleva P.S.*

Kemerovo State University

This article is a literary analysis of I.S.Turgenev's works "Clara Milich (After death)" and "Meeting (Dream)", which are connected compositionally and thematically. The writer's late works, reduced to cycles of mysterious stories and "Poems in Prose", significantly differ from his works written on socio-political topics. These cycles are united by the author's attention to the problem of the "mysterious", "irrational". Death is the direct embodiment of mystical, incomprehensible, terrible power in the works under consideration. The aim of the work is to highlight the motives of death and clarify its role in the works of I.S. Turgenev. In modern science, there is an interest to the "mysterious" as an element of the poetics of the work. The article attempts to describe the features of the functioning of the death motive in the plot, its connection with the "mysterious" beginning, using the mythopoetic approach, motivic analysis and interpretation. Particular attention is paid to the images of the main characters of the story and the details in which mortality is expressed. The results of the article demonstrate that the motive we are considering is plot-forming and a part of a one complex of motives that are important for the entire work of the writer, along with the motive of human helplessness in the face of fate.

**Key words:** literary criticism, the motive of death, mysterious stories, poems in prose, I.S.Turgenev, thanatology, mortality in literature.

В зрелом творчестве И.С.Тургенева общественные вопросы, характерные для ранних повестей и романов, отходят на второй план, уступая место мистической и философской проблематике. Темы человеческого ничтожества, рокового влияния иррациональной и, возможно, ирреальной силы на хрупкую судьбу человека становятся сквозными, переходящими из одного произведения в другое.

Безусловно, эти темы связаны с мотивом смерти. Смерть в позднем творчестве писателя осмысливается не просто как элемент «таинственного», она представляет собой непосредственное воплощение иррациональной силы, которая влияет на судьбы героев. Так, в повести «Клара Милич (После смерти)» смерть связана именно с ирреальным началом в лице персонажа Клары, образ которой исследователи причисляют к типу «демонической женщины» [1]. Пересечение тем любви и смерти в творчестве Тургенева неоднократно отмечалось в литературоведении как одна из характерных черт поэтики его произведений. М. А. Петровский говорит об иррациональности любви в произведениях И.С. Тургенева: «Как таинственное, со всеми своими синонимами, становится у Тургенева часто синонимом зловещего и странного, так и любовь, в своей стихийности, многократно изображается им, как сила недобрая <...>, разрушительная, сулящая беду и возбуждающая чувство страха» [2, с. 85]. Такой же исход можно наблюдать и в повести «Клара Милич (После смерти)»: любовь погубила Клару и Якова, привела их к смертельному исходу.

Мотив смерти пронизывает все произведение – взять хотя бы увлечение юноши фотографией – снимки тех времен представляли из себя черно-белые, «мертвые», статичные изображения. Неоднократно подчеркивается искусственность, мертвенность фотографии Клары, которая ассоциативно соотносится с куклой. Интересно, что главный герой повести занимался и живописью – казалось бы, сама этимология этого слова («живописать», т.е. писать жизнь) прямо противоположна смертности, но

Аратов прибегает к этому виду искусства для «фотографических целей», что сразу нивелирует исконную семантику живописи.

Стоит отметить, что Яков Аратов – «нетронутый» герой, у него чистая душа, богатый внутренний мир, развитая фантазия, предрасположенность к чувствованию иррационального. Много раз подчеркивается нервность Аратова, его вера в присутствие невидимой силы. Такая внутренняя установка располагает героя к встрече с необъяснимым, ведь молодой человек будто живет в вечном ожидании чего-то мистического. Также отметим, что Клара верила в судьбу и, по словам сестры, с ранних лет предчувствовала свой плачевный исход.

Клара, умершая из-за непонятой любви девушка, является частью загробного мира, она обладает таинственной властью над Аратовым: *«Ему казалось, что с ним что-то свершилось с тех пор, как он лег; что в него что-то внедрилось... что-то завладело им»* [3, с. 498]; *«...почувствовал, что он опять находится во власти, именно во власти другой жизни, другого существа»*; *«...но он во власти... в ее власти... он не принадлежит себе более. Он – взят»* [Там же, с. 509]. С образом Клары в произведении связан мотив контроля, власти: всегда стремившаяся сама распоряжаться своей судьбой девушка контролирует даже собственную гибель, играя на сцене «с ядом внутри» до конца акта. Отвергнутая и непонятая Аратовым при жизни, она влюбляет в себя и овладевает его душой после своей смерти [1]. По словам самого Аратова, ей дало власть то, что она, как и он, «нетронутая». Кажется, что и по-настоящему жить Аратов начинает только после смерти Клары. Такой герой, как он, склонен видеть вещие сны и призраков, пребывая в особом состоянии между сном и явью. Для молодого человека стираются границы реального и ирреального.

Обращаясь к проблеме взаимосвязи «таинственных повестей» и «Стихотворений в прозе», отметим, что описание первого сна Аратова практически целиком повторяет сюжет стихотворения в прозе «Встреча (Сон)». Это стихотворение играет роль вставного фрагмента в повести, но, являясь самостоятельным произведением из другого цикла, оно нуждается в нашем пояснении. События развиваются посреди тропинки в каменистой степи – перед героем возникает облачко, оказавшееся женщиной в белом платье. Очевидно, что извилистая тропинка – метафора жизненного пути человека. Образ женщины в стихотворении неоднозначен – герой находится в вечной погоне за нею, он непременно хочет постигнуть некую тайну, заглянув ей в глаза, но его настигает смерть. Умирание в стихотворении представлено как окаменение, т.е. невозможность двигаться и говорить. Такие же метаморфозы пережила и женщина, но она смогла вновь вернуться к движению, к жизни. Отметим, что герой смог увидеть ее лучистые глаза только после «смерти». На этом заканчивается стихотворение «Встреча (Сон)», в повести все происходит точно так же, но с одним нюансом: во сне Аратов видит незнакомку со светлыми, живыми глазами, что связано с образом его идеала, но затем она превращается в Клару. Этот сон предрекает смерть главного героя: *«И вот Аратов уже лежит с ней рядом, вытянутый весь, как могильное изваяние, и руки его сложены, как у мертвеца»* [3, с. 498]. Все тревоги и сомнения вылились в этот сон: Клара велит герою отправиться в Казань. В данном случае сновидение имеет две функции – пророческую и побудительную.

В следующий раз, когда молодой человек чувствует присутствие призрака, он пребывает в особенном состоянии между сном и явью: *«Но он продолжал лежать без сна, с закрытыми глазами... И вот ему почудилось: кто-то шепчет ему на ухо... <...> "Розы... розы... розы..."»* [Там же, с. 512]. Образ роз возникает не случайно: будучи устойчивым поэтическим символом, роза наделяется целым рядом значений, среди которых любовь, тайна, жизнь и смерть. До конца не ясно, спал ли герой, когда он видел Клару на пороге двери: *«Раза два глаза его слипались... Он тотчас открывал их... по крайней мере ему казалось, что он их открывал»* [Там же, с. 514]. Но граница между сном и явью стерта в сознании героя, равно как и граница между реальным и

ирреальным. Была ли явившаяся ему женщина Кларой в венке из красных роз или Платошей в чепце с красным бантом?

После встречи Аратова с Купфером, от которого он узнал, что девушка приняла яд перед спектаклем и играла роль «с ядом внутри», ему снится сон, главным мотивом которого является смерть. В этом сновидении все настроено против Аратова: красивые лошади почему-то скалятся, красные яблоки морщатся и падают от его взгляда, садиться в лодку он категорически не хочет, но, будто не по своей воле, все же садится. Также герой видит смерть Клары, а проснувшись, снова чувствует ее присутствие. Аратов утверждает власть призрака над собой, признаваясь Кларе в любви: «...если ты знаешь, что я после твоей смерти полюбил тебя страстно, неотразимо, если ты не хочешь, чтобы я сошел с ума, – явись, Клара!» [Там же, с. 519]. Клара действительно появляется, ее «задумчиво-строгое» выражение сменяется оживлением лица, пылающим взором и «радостной, торжествующей улыбкой». Здоровье героя после этой встречи ухудшается, но он будто этого и не замечает, ведь ему открылась истинная ценность любви. Теперь и он хочет владеть Кларой, но понимает, что для этого ему нужно умереть. По словам В. Н. Топорова, «мучительная несвобода как результат вторжения «чужой» и, по сути дела, мучительной, насильственной воли-власти в этой точке пресуществляется в чувство обретенной свободы» [4, с. 173].

О подробностях последнего свидания Клары и Аратова мы узнаем только намеками – молодой человек в бреду говорит о совершенном браке. Через несколько дней герой умирает, примирившись с любимой. Провозглашается победа любви над смертью, которая не может разделить влюбленных, а лишь способствует их воссоединению. Таким образом, мотив смерти выполняет сюжетобразующую и онтологическую функции, т.к. гибель Клары стала катализатором дальнейших событий, смерть организует сложные пространственно-временные отношения. В качестве сопутствующих мотивов, входящих в единый «мортальный» комплекс, в позднем творчестве И. С. Тургенева можно выделить бесконечную власть разрушительных сил над человеком, его беспомощность, покорность судьбе.

#### Литература и источники

1. Дедюхина, О. В. Образ демонической женщины в повестях И. С. Тургенева // Интерактивная наука. [Электронный ресурс] / О. В. Дедюхина. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obraz-demonicheskoy-zhenschiny-v-povestyah-i-s-turgeneva> (дата обращения: 07.02.2021).
2. Петровский, М. А. Таинственное у Тургенева // Творчество Тургенева. – М.: Задруга, 1920. – С. 70–97.
3. Тургенев, И. С. Избранное / Сост., вступ. ст., коммент. В.Фридлянд; Ил. А. Ляшенко. – М.: Правда, 1983. – 608 с.
4. Топоров, В. Н. Странный Тургенев: (четыре главы) // М.: Российский государственный гуманитарный университет, 1998. – 191 с.
5. Пумпянский, Л. В. Группа «таинственных повестей» // И. С. Тургенев. Сочинения. — М.; Л., 1929. — Т. 8. — С. 3–18.

*Научный руководитель – к.ф.н., доцент Калашикова А.Л., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

УДК 398.432

**МИФОЛОГИЧЕСКИЕ РАССКАЗЫ О КРАСНОМ ОЗЕРЕ Г. КЕМЕРОВО**

*Купчик Ю. С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

Актуальность данной работы определяется необходимостью изучения фольклора и мифологии г. Кемерово. Целью статьи является изучение городских легенд г. Кемерово в качестве источника для реконструирования мифологических представлений кемеровчан. Объектом представленного исследования стали фольклор и мифология города Кемерово, предметом - отношение кемеровчан к местным городским легендам. В статье проанализированы особенности мифологических представлений горожан о Красном озере на материале легенд, собранных и записанных автором в течение 2019-2020 гг., а также опубликованные в средствах массовой информации и сети Интернет. Городские легенды представляют собой весьма интересный и ценный исторический источник для исследования динамики коллективных представлений горожан. Результаты данной работы могут быть использованы для дальнейшего изучения исторической памяти кемеровчан с привлечением более широкого круга источников.

**Ключевые слова:** городской фольклор, Кемеровский фольклор, Красное озеро, миф, легенда, водяной.

## MYTHOLOGY TALES OF RED LAKE IN THE CITY OF KEMEROVO

Kupchik J.S.

Kemerovo State University

The urgency of the given work is defined by an indispensability of studying of folklore and mythology Kemerovo. Objective of article: studying of city legends Kemerovo as a source for reconstruction of mythological concepts. Object of research: folklore and mythology of the city of Kemerovo. An object of research: the attitude to folklore and mythology of the city of Kemerovo. Problems of article: to analyse the general features mythology of a reservoir, to characterize mythology of a reservoir, to carry out interrogation of residents Kemerovo about mythology of a reservoir. As a material of the given work the legends collected and recorded by the author within 2019-2020, as well as published in mass media and a network the Internet act. City legends represent very interesting and valuable historical source for research of dynamics of collective concepts of the townspeople. Results of the given work can be used for the further studying historical memory with attraction of wider.

**Key words:** city folklore, the Kemerovo folklore, Red lake, a myth, a legend, water.

Проблема существования, генезиса и интерпретации городского фольклора, находится в центре внимания философов, культурологов, историков и носит, бесспорно, междисциплинарный характер. Анализ теоретических споров, ведущихся в западной и отечественной научной литературе, позволяет заключить, что, с одной стороны, миф города способствует трансляции культурных традиций, а с другой – «разность потенциалов» мифов различных городов порождает импульсы новаторства в творческой среде. Приоритет того или иного аспекта, как показано в исследованиях Барабанова А. А., Гуревича Л. Л., Евлампиева И.И., Ляховицкого А.Б., Махлиной С.Т., Федорова В.В., Штейнбах Х. и др., определяется содержанием и структурой мифа города.

Таким образом, в работах отечественных и зарубежных исследователей рассмотрены различные моменты возникновения и развития мифа города, его содержания и структуры. Однако в научной литературе отсутствует самостоятельное исследование, отражающее характеристику фольклора и мифологии города Кемерово, что определяет **научную новизну** данной работы.

В настоящее время городская мифология тесно связана с процессами актуализации локальной групповой идентичности. Миф может быть «мостиком», соединяющим

прошлое и настоящее, традицию и современность. Он все чаще становится «сырьем» для создания социокультурных образов, региональных брендов. Городской миф также становится рабочим материалом для конструирования ценностей и ориентиров местного сообщества. Городской миф можно представить не только как устную легенду, но и в более широком смысле как своеобразную форму трансляции информации о событиях прошлого, не обязательно имеющую выраженный эмоциональный окрас и заключенную в рамки устной традиции. Для достижения цели нашей работы были проанализированы современные городские легенды о Красном озере, бытующие в г. Кемерово.

Водные образы в локальных мифологических системах всегда привлекали особое внимание исследователей. Н. А. Криничная указывает, что в традиционных мифологических представлениях водное пространство, подобно лесному, одушевляется и олицетворяется. Как правило, в бытующих на сегодняшний день нарративах «вода, представленная, казалось бы, в бытовых коллизиях, в будничной повседневности, все еще продолжает осмысляться и как первозданная природная стихия, и как живое мыслящее существо, способное реагировать на человеческие слова и деяния» [2, с. 6-7]. Таким образом, практически любой водный источник обладает мифогенным потенциалом. Кемеровское пространство не является исключением: одним из самых упоминаемых топонимов в местных городских легендах является Красное озеро. Красное озеро долгое время считалось непригодным для купания. Местные жители поговаривают, что водоем обладает мистической особенностью, в нем несколько раз тонули люди. Озеро имеет сложный рельеф, потому что образовалось на месте бывшего карьера. На протяжении двух метров дно в водоеме пологое, затем оно быстро обрывается на глубину от четырех до шести метров. Многие люди этого не знают, они переплывают два метра, пытаются встать на ноги, но не чувствуют дна. Те, кто не умеет хорошо плавать, начинают паниковать, по этой причине погибло несколько человек. Большинство кемеровчан называют Красное озеро гиблым местом. Подобная «репутация» озера стала причиной появления многочисленных легенд о нем в кемеровском городском фольклоре.

Приведем некоторые из них:

*«Есть у нас в Кемерово такое озеро, его в народе называют «Озеро-убийца». Вот мне рассказывали, что если туда зайти, то тебя в песок затянут может и из него очень трудно выбраться. А если в песок затягивает, то там уже в двойное дно попадешь. Оттуда никто никогда не выбирался. Есть слухи, что даже сами водолазы боятся туда спускаться, мол водяной на дно утащит и не выберешься».*

*«В интернете видела одну легенду про Красное озеро. Суть была в том, что это озеро славилось тем, что там погибали люди. Ходила байка, что оно засасывало прям какими-то сыпучими песками вглубь людей. И что даже водолазы боялись искать утопленников, их тоже может затянуть и никто их не спасет... Вот...Я бы вообще бы там теперь не купалась, вот честно».*

*«Ну... В общем, здравствуйте. Легенда моя такая: если выехать к «Красному озеру» у нас в Кемерово, в полночь не спать там, то можно увидеть всякие мистические вещи. Водяных там, например, всяких духов злых и добрых, еще что-нибудь такое мистическое».*

*«На озере Красном очень много утопленников, поэтому есть легенда, что там пески, которые «засасывают» людей и обратно не отдают их».*

Приведенные устные рассказы демонстрируют, что данный водоем в народном сознании воспринимается как место потенциально опасное и мистическое. Помимо официально зафиксированных случаев смерти горожан, утонувших в Красном озере, такое восприятие подготовлено целым комплексом ассоциативных представлений, среди которых одно из важнейших мест занимает название озера. Обратимся к этимологии топонима. Красное озеро получило именно такое название, потому что

здесь, согласно сказаниям обитает «злой дух», из-за которого в летний период тонут отдыхающие.

В архаической культуре красный цвет олицетворяет кровь/ смерть [3, с.223], и эта ассоциация вызывает образ «кровавого» водоема, в котором гибнут люди. Также в одном из приведенных нарративов упоминается водяной. Похищение человека водой/водяным чаще представлено лишь как потенциально возможное, в зависимости от того, пришел час данного индивида или еще не пришел. Концентрированным выражением уже изжитых представлений являются поговорки: «Как в воду канул», «Сгинул да пропал, словно в воду упал», где речь идет об исчезновении человека, приравниваемом к смерти, маркированной знаком воды. Водяной представляется виновником гибели людей, характеризуется преимущественно как злой дух. Во всяком случае, именно такая характеристика этого мифологического персонажа переходит из одной энциклопедии в другую.

Легенды о Красном озере играют немаловажную роль в Кемеровском городском фольклоре, отражая фобии современного человека. Представление об опасности, тревога родителей за детей, которые могут погибнуть купаясь в водоеме, соединилась с чувством утраты доверия к хорошо знакомым местам, и все это нашло выражение в простом и понятном нарративе о Красном озере, уносящем жизни отдыхающих.

Также легенды рассказываются для того, чтобы развлечь аудиторию. Жуткие истории о «водяном» и «зыбучих песках» исполняются, как правило, в особых ситуациях: на ночных посиделках у костра во время выезда на природу или во время обмена историями перед сном на вечеринке с ночевкой, что делало вызываемый страх довольно условным.

Городская легенда, какой бы нелепой она не казалась, на самом деле представляет собой особый «язык», который позволяет нам говорить о наших проблемах и иногда символически решать их.

#### **Литература и источники**

1. Ахи, С. Красное озеро(Кемерово): где находится и как доехать., 2014. [Электронный ресурс ] / Режим доступа [https://fb-ru.turbopages.org/fb.ru/s/article/148313/krasnoe-ozero-kemerovo-gde-nahoditsya-i-kak-doehat](https://fb.ru.turbopages.org/fb.ru/s/article/148313/krasnoe-ozero-kemerovo-gde-nahoditsya-i-kak-doehat) - Заглавие с экрана
2. Криничная, Н.А. Мифология воды и водоемов (былички, бывальщины, поверья, космогонические и этиологические рассказы русского Севера: Исследования. Тексты. Комментарии) /Криничная Н. А.. – Петрозаводск, 2014. – 390 с.
3. Похлебкин, В.В. Словарь международной символики и эмблематики / Похлебкин В.В. – 3-е изд.- М.: Междунар. Отношения, 2001- 560 с.

*Научный руководитель - Канд. филол. наук, доцент А. Л. Калашикова, ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

**УДК 821.161.1**

### **МОТИВ УТРАТЫ И СПАСЕНИЯ ДУШИ В РОМАНЕ А. ИВАНОВА «ЗОЛОТО БУНТА» Курасова А. В.**

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[nastya.kubk@gmail.com](mailto:nastya.kubk@gmail.com)

В данной статье представлен анализ мотива утраты и спасения души в романе А. Иванова «Золото бунта». Указанный мотив играет в романе сюжетобразующую роль и

293

образует тесную связь с другими образами и мотивами. В частности, он связан с образом реки Чусовой, который в художественном мире автора напрямую соотносится с идеей жизненного пути и доминирует в описании большого приключения главного героя – Осташа Перехода. Чусовая в романе А. Иванова также предстает как рубеж потустороннего и реального, бесовского и сакрального, в ее водах и на берегах герои теряют и спасают свою душу. Особое внимание в статье уделяется анализу эпизоду встречи Осташа с дырником Веденеем, потерявшим свою душу вместе с нательным крестиком. Дырник, лишенный души, приобретает inferнальные черты, сопоставляясь с фольклорным образом лешего, природного духа и пытается заполучить живую душу главного героя с помощью колдовства. В процессе анализа романа выявлено, что ситуация лишения души прежде всего связана с темой истязательства, старообрядческого толка, который парадоксальным образом соединяет в себе христианские догмы и языческие ритуальные практики. Поскольку в романе христианское и языческое начало вступают в непримиримое противоречие друг с другом, выявлено, что именно истязательство приводит в конечном итоге к утрате души.

**Ключевые слова:** А. Иванов, «Золото бунта», роман, языческие и христианские мотивы, мотив утраты души.

## THE MOTIF OF LOSS AND SALVATION OF THE SOUL IN A. IVANOV'S NOVEL "THE GOLD OF REBEL"

*Kurasova A.V.*

Kemerovo State University

This article presents an analysis of the motive for the loss and salvation of the soul in A. Ivanov's novel "The Gold of Riot". This motive plays a plot-forming role in the novel and forms a close connection with other images and motives. In particular, it is associated with the image of the Chusovaya River, which in the author's artistic world is directly related to the idea of the life path and dominates in the description of the great adventure of the protagonist - Ostasha Perekhod. Chusovaya in A. Ivanov's novel also appears as the boundary between the otherworldly and the real, the demonic and the sacred, in its waters and on the shores the heroes lose and save their souls. Particular attention in the article is paid to the analysis of the episode of the meeting of Ostasha with the hole-hole Vedenei, who lost his soul along with his pectoral cross. The hole, deprived of a soul, acquires infernal features, juxtaposing the folklore image of a devil, a natural spirit and tries to get the living soul of the protagonist through witchcraft. In the process of analyzing the novel, it was revealed that the situation of soul deprivation is primarily associated with the theme of torture, of the Old Believers' sense, which paradoxically combines Christian dogmas and pagan ritual practices. Since in the novel the Christian and pagan principles come into irreconcilable contradiction with each other, it is revealed that it is torture that ultimately leads to the loss of the soul.

**Key words:** A. Ivanov, "The Gold of Rebellion", a novel, pagan and Christian motives, the motive of the loss of the soul.

В последнее время исследователи активно изучают произведение А. Иванова «Золото бунта». Данный роман рассматривался во многих аспектах, были изучены многие проблемы, такие как «Образ реки в романе «Золото бунта»» О. А. Карнауковой, «Финно-угорские мотивы в романе А. В. Иванова» Е. А. Клециной, «Язык мифа в пейзаже романа А. В. Иванова «Золото бунта»» С. С. Галиева и т.д. Но тема языческих и христианских мотивов малоизучена, именно это делает работу значимой.

Мотив утраты и спасения души проявляется в сюжетных ситуациях, в образах различных персонажей романа А. Иванова «Золото бунта». Одним из наиболее значимых образов для раскрытия данной темы является река Чусовая. В первую

очередь она представляет собой основное пространство, где проходит, а вернее, протекает жизнь героев. Невозможно прожить жизнь идеально, и порой бывает сложно не сбиться с правильной дороги и, пройдя все препятствия, достигнуть своей цели. Писатель сравнивает жизнь героя с рискованным сплавом по Чусовой: по пути можно тысячу раз сделать из барки груды щепок, но нужно дойти целым и свою душу донести до конца в сохранности, пройдя через все преграды. Немаловажным фактором является то, что река приобретает смертоносный характер: «Чусовая немало живого народу повенчала с холодной смертью» [1, с. 598].

Рассмотрим мотив утраты и спасения души героев романа Иванова на примере конкретного эпизода – встречи Осташи с дырником. Но для того, чтобы понять какую роль играет дырник Веденей в жизни Осташи, нужно начать с самого образа дырника. В первый раз внимательно осмотреть Веденя у главного героя получается только «туманным, холодным и вылям утром»: «Веденей весь словно был сделан из бересты. На голове его криво сидел берястяной колпак-битук; штаны и лопотина были скроены из варёной бересты – тиски; ноги были обуты в берестяные сапоги-верзни; даже длинные грязные серые волосы и борода казались берестяными» [1, с. 194]. Береста выступает в данном случае знаком принадлежности к природному миру. Веденей предстает как герой, в котором природное начало доминирует над человеческим. Дырник, живущий в вогульском лесу по вогульским законам практически превращается в природного духа и приобретает inferнальные характеристики, соотносящийся с образом лешего, беса и сатаны. В славянской мифологии леший является злым духом, воплощением леса, как враждебной человеку части пространств [2, с. 588]. Закономерно, что в романе описание встречи с Веденеем и пути к его дому обнаруживает сходство с фольклорной быличкой.

Инфернальные черты присущи не только Веденею, но и его сыну. Во-первых, стоит учесть тот факт, что у мальчишки нет имени (просто «малой»). Наличие имени в традиционной культуре расценивалось как показатель принадлежности к роду. Имянаречение – это один из способов придания «нечеловеку» человеческого облика и подобия. Как отмечает А. К. Байбурун, «получение имени означает выход из обезличенного состояния, свойственного персонажам нечеловеческой природы» [3, с. 46]. Таким образом, имя становится важным маркером человеческой сущности персонажей романа. Во-вторых, Осташа разглядел его только тогда, когда присмотрелся к неподвижно сидящему ургалану, среди всех остальных статуй-идолов, он словно соединяется с образом статуи. Описывается сын дырника, как неживое существо, как нечистая сила, ищущая способ заполучить чистую душу. «Малой» то внезапно исчезает, то появляется перед Осташей («Осташа снова взглянул на ургаланов – мальчишка исчез» [1, с. 204], «Осташа подумал, что ни разу ещё не видел, чтоб малой ходил: он всегда только появлялся и исчезал, как лесной дух» [1, с. 207]). На такое способны лешие, вдруг, ни с того ни с сего возникающие перед путником в лесу. По народным преданиям, леший служит как бы неосознанным орудием наказания за невольные и вольные грехи человека. Кроме того, что он заставляет рассеянных людей бесконечно блуждать по лесу, которые забыли осенить себя крестным знаменем при входе в глухие тущобы, - он же и является карателем во многих других случаях [4, с. 68].

Что касается жилища дырника, то внешний мир (природа) в романе пробуждается, кроме мира внутреннего, мира Веденя. Дом внутри описывается, как что-то тёмное, беспросветное: «А в избе на голову сыпались труха (мелкие остатки сена, перегнившего дерева и т. п.) и песок, стояли потёмки» [1, с. 196]. Дом дырника не предназначен для жизни, он становится местом обитания потусторонних сил. В избе Осташа не приметил ни одной иконки. Могила жены без креста, сын Веденя без имени, дом без иконы – всё это знаки демонической сущности персонажей.

Примечательно, что дырник молится Иисусу, кланяется Спасу. «Я в людей не верю. Сквозь людей благодать не пройдёт, испоганится, а потому с господом я напрямик говорю, вон через дырку в вакоре, как вы через икону иль через наставника» [1, с. 199]. Дырку он приравнивает к иконе. Оттого и называют его «Дырник». Появление «дыры» на месте святого образа соотносится с внутренней пустотой Веденя. Об этом персонаже известно, что прежде он был истязателем. Его душу заговорили на крест, а крест потеряли по дороге. Теперь Веденей живёт, но без души. Утрата души связана с необычными способностями Веденя, который общается с бесами, «как с равными». Подобное взаимодействие с бесовским началом ставит его в один ряд с нечистой силой, в то время как сам дырник говорит о том, что он не служит бесам, а лишь помыкает ими, обладает властью над бесами. Лишенный души Веденей хочет заполучить душу Осташи, предлагая тому совершить магический обряд, но данная попытка оборачивается крахом.

Ситуация лишения души в романе связана прежде всего с темой истязательства, последователи которого, с одной стороны, используют христианскую символику и атрибутику, а с другой – исповедуют таинство прижизненного отделения души от тела, нарушая основные религиозные догмы. Истязательство в структуре романа представляет собой некий толк, который с одной стороны создаёт возможность для души спастись, то есть не быть утраченной, а с другой стороны получается, что именно такое состояние, когда душа не при тебе, а за пределами твоего тела, приводит к тому, что человек превращается в «нечеловека», он становится бесом, т.к. если в человеке отсутствует живое начало души, то в него вселяются злые силы.

В этом еретическом учении христианское и языческое начало вступают в непримиримое взаимодействие, что приводит в конечном итоге к утрате души человеком, который связан с истязательством.

#### **Литература и источники**

1. Иванов, А. Золото бунта, или Вниз по реке теснин / А. Иванов. - СПб. : Азбука-классика, 2006. – 704 с.
2. Мифы народов мира: в 2 т. / гл. ред. С. А. Токарев. - М.: Советская энциклопедия, 1980-1982. – Т. 2. К – Я. – 720 с.
3. Байбурин, А. К. Ритуал в традиционной культуре. Структурно-семантический анализ восточнославянских обрядов / А. К. Байбурин. - СПб. : Наука, 1993. - 253 с.
4. Максимов, С. В. Нечистая, неведомая и крестная сила / С. В. Максимов. – СПб. : Товарищество Р. Голике и А. Вильборг, 1903. – 530 с.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент А. Л. Калашикова, ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

**УДК 821.161.1.**

#### **ПОЭТИКА СТИХОТВОРЕНИЯ А. ПРИСМАНОВОЙ «СОЛЬ»**

***Макаренко В.В.***

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[valentina020299@gmail.com](mailto:valentina020299@gmail.com)

В статье представлен литературоведческий анализ стихотворения Анны Присмановой «Соль», которое входит в ее третью поэтическую книгу. Ранее стихотворение «Соль» не подвергалось подробному анализу. Однако значение соли

296

здесь неоднозначно, так что анализ этого стихотворения является определяющим в раскрытии акцентов образности соли в творчестве А. Присмановой. Кроме того, поэтика данного произведения поможет прийти к пониманию смысла названия книги «Соль», так как образ соли занимает одно из важнейших мест в этой поэтической книге. Поставленная проблема является актуальной в связи с тем, что А. Присманова – малоизученный в наше время поэт, но ее поэтический мир настолько уникален, что заслуживает нашего пристального внимания. Работа выполнена в рамках историко-литературного подхода с использованием методов анализа мотивно-тематических комплексов, образности и сравнения. Результаты настоящего исследования необходимы для более глубокого изучения поэтического мира А. Присмановой и выявления его особенностей, а также для того, чтобы по-новому взглянуть на творчество поэта.

**Ключевые слова:** А. Присманова, поэтика, стихотворение, соль, душа, творчество.

## THE POETICS OF A. PRISMANOVA'S POEM «SALT»

*Makarenko V.V.*

Kemerovo State University

The article presents a literary analysis of Anna Prismanova's poem "Salt" which is included in her third poetry book. Previously, this work was not analyzed in detail. However, value salt here ambiguously so the analysis of the poem is crucial in revealing the accents of the imagery of salt in the work. In addition, the poetics of the poem helps to come to an understanding of the meaning of the title of the book, since the image of salt occupies one of the most important places in the poetic book. The posed problem is relevant due to the fact that A. Prismanova is an insufficiently studied poet, but its poetic world is so unique, that deserves our close attention. The work is carried out by historical and literary approach using methods of analysis of motive-thematic complexes, imagery, comparison. The results of this study are necessary for a deeper study of the poetic world of A. Prismanova and the identification of its features, as well as in a new fashion to look at work of the poet.

**Keywords:** A. Prismanova, poetics, poem, salt, soul, creative work.

Анна Семёновна Присманова – русская поэтесса, принадлежавшая второму поколению первой волны эмиграции. Она прошла нелегкий путь к своему литературному становлению. За двадцать пять лет проживания в Латвии Присманова так и не смогла прославиться как поэт. В 1918 г. в Москве о ней впервые можно было услышать как об авторе, она стала членом группы – «Литературный особняк». В 1921 г. Присманова эмигрировала в Берлин. В 1923 г. в литературном сборнике журнала «Эпопея» были опубликованы два ее стихотворения. 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 «Тень и тело». Вторая книга ее стихов – «Близнецы» – вышла в 1946 году. В 1949 году была издана третья (последняя прижизненная) книга Присмановой – «Соль».

Ее манера стихов далека от установленных канонов, поэтому многие критики и литературоведы указывали на ее своеобразный, нестандартный творческий почерк, характеризующийся странными, непривычными, с одной стороны грубоватыми, но в то же время красивыми образами. Например, Юрий Иваск писал: «Анна Присманова, героически не боясь смешного, и иногда наперекор грамматическим правилам, создала свой мирок из таких, казалось бы, несовместимых слагаемых, как сентиментальность и гротеск, который ей особенно удавался». [1; с. 65]

Литературный критик Г.В. Адамович тоже высказал свое мнение о творчестве Анны Присмановой: «... в стихах Присмановой добротность «фактуры», крепость и прочность выделки. [...] Ее стихи возникают из игры образов и слов – и никогда не

опускаются до рифмованного декларирования хороших чувств, нередко в наши дни выдаваемого и принимаемого за поэзию». [2, с. 22]

А.С. Сваровская в работе «Формы саморефлексии в поэзии Анны Присмановой» рассматривает варианты лирической саморефлексии в творчестве поэтессы. Она утверждает, что в общем корпусе текстов А. Присмановой большое место занимают те, в которых «поэтическое самосознание реализуется в логике лирического метасюжета, объединяющего тексты, содержащие принципиальные для поэта размышления о связи судьбы личностной и поэтической, об отношениях автора и создаваемых текстов, о самом процессе писания. [...] То, что полагалось уязвимым качеством лирического голоса, является <...> стратегией утверждения своего типа лирического текста и лирической образности». [3, с. 65]

Стихотворение «Соль» является одноименным с последней поэтической книгой Анны Присмановой. Возможно, в нем кроется разгадка поэтики названия самой книги «Соль».

Учитывая индивидуальность почерка А. Присмановой, сложно понять, что именно она хотела сказать таким заглавием. Может эта «соль» – соль ее слез, которые пролиты от того, что она была в эмиграции, квинтэссенция пережитого горя. Обратимся к стихотворению «Соль»:

Неосторожно названная Анной,  
я родилась с ущербною луной.  
На первый взгляд, увы, кажусь я странной,  
но взгляд второй мирит тебя со мной.  
Пусть скорбь дала мне горькую зарубку,  
по имени я все же – благодать.  
Сжимая сердца дышащую губку,  
стараюсь я всю соль мою отдать.  
Соленый ветер взмылил зыбь (и сушу  
испепелил), когда я вышла жить...  
Открой свою обугленную душу,  
чтоб я могла мой груз в нее вложить.  
Подводный мир сливается с высоким,  
когда туман сиянием гоним...  
Корабль плывет, и все мирские соки  
кипят и разливаются пред ним.  
Плывет он осмотрительно и плавно –  
не доплывет до цели никогда.  
Не знаю в чем (быть может в самом главном!)  
и у него – несчастная звезда. [4, с. 119]

В этом стихотворении использован такой способ творческой самоидентификации, как упоминание собственного имени. Благодаря тому, что лирическая героиня названа Анной именно «неосторожно», мы понимаем, что она считает свое имя недостаточно подходящим для себя. Здесь важна семантика имени поэтессы – «благосклонность», «благодать». Она испытывает потребность соответствовать смыслу своего имени.

Значение соли в данном стихотворении можно понимать двояко. С одной стороны, в жизни лирической героини были тяжелые события, оставившие на ней свой след: «скорбь дала мне горькую зарубку». Причем она подчеркивает, что нелегкая судьба дана ей от рождения: «Соленый ветер взмылил зыбь (и сушу / испепелил), когда я вышла жить...». Такие резкие и постоянные изменения в жизни подобны волнению моря, как символу непримиримой стихии. Кроме того, в состоянии тревоги проявления водной стихии созвучны душевной сути лирической героини. Соль своих слез, эмоции и чувства, скопившиеся на сердце тяжелым грузом, поэт может выплеснуть в свое творчество, использовать эту энергию во благо.

С другой стороны, можно говорить о морской соли, так как динамика моря схожа с творческими порывами поэта. Соль для лирической героини – это квинтэссенция души, которая пронизывает и одухотворяет все тело творческой силой. Соль, как концентрация всего самого важного, чистого и высокого, наполняет лирическую героиню. Благодаря этому ей открывается путь к вдохновению, к творческому состоянию. И она в свою очередь старается отдать «всю соль», вложить всю себя, свою душу и все пережитое в свою поэзию.

Корабль отсылает к финалу стихотворения А.С. Пушкина «Осень», где начало творческого процесса уподобляется отплытию парусника. Таким образом, мирское состояние лирического героя уступает силе воображения. Также открытый финал связан с метафорой творческого пути как плавания в мир фантазий.

Итак, соль – это душа, это сама суть поэта, с помощью которой он открывает фантастические миры, вкладывая всего себя в свое творчество. Возможно, с помощью названия поэтической книги «Соль», А. Присманова хотела показать что для нее значит быть поэтом, показать поэзию как соль жизни.

### **Литература и источники**

1. Иваск, Ю. Поэзия «старой» эмиграции / Ю. Иваск // Русская литература в эмиграции : сб. статей под ред. Н.П. Полторацкого. – П. : Питтсбургский Университет, 1972. – С. 45–71.
2. Адамович, Г. В. «Последние новости». 1936–1940 / Г. В. Адамович. – СПб. : «Алетейя», 2018. – 74 с. – (Георгий Адамович. Собрание сочинений).
3. Сваровская, А.С. Формы саморефлексии в поэзии Анны Присмановой / А.С. Сваровская // Сюжетология и сюжетография. – 2013. – № 1. – С. 63-68.
4. Присманова, А. Собрание сочинений / А. Присманова. – Г.: Leuxenhoff Publishing, 1990. – 258 с.

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

**УДК 821.161-31**

## **МАГИЧЕСКАЯ ФУНКЦИЯ ЖЕНСКОГО КОСТЮМА В ПОВЕСТИ Н. В. ГОГОЛЯ "СОРОЧИНСКАЯ ЯРМАРКА "**

*Питуганова Н. А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[pituganova1999@mail.ru](mailto:pituganova1999@mail.ru)

Предлагаемая статья представляет собой литературоведческий анализ магической функции женского костюма, содержащейся в повести Н. В. Гоголя "Сорочинская ярмарка". Данная проблема актуальна в связи с тем, что, прежде всего, женский костюм и аспекты его функционирования рассматриваются как средство создания образов женских персонажей в повести. В статье описаны особенности функционирования деталей женского костюма как важного компонента вещного мира в художественной системе Н. В. Гоголя. В повести представлено большое количество деталей женского гардероба, которые несут в себе демонологические характеристики, что не только связывает героиню с потусторонним миром, но и помогает более полно раскрыть сущность их характеров. Особенно большое значение при анализе магической функции женского костюма играет семантика цвета предметов гардероба, а соответственно и отнесенность данных предметов к реальному или потустороннему миру. От принадлежности женских костюмных деталей к определенному пространству и зависит

характер, а также поведение героинь в данной повести. Проведенный анализ показал, что за женской костюмной деталью в повести Н. В. Гоголя «Сорочинская ярмарка» закрепляется, главным образом, магическая функция.

*Ключевые слова:* Н.В. Гоголь, «Сорочинская ярмарка», костюмная деталь, внешность персонажа, женский образ, функция костюма.

## MAGIC FUNCTION OF WOMEN'S COSTUME IN THE STORY "SOROCHINSKAYA FAIR" BY N.V. GOGOL

*Pituganova N. A.*

Kemerovo State University

The proposed article is a literary analysis of the magical function of a woman's costume, contained in the story of N. V. Gogol "Sorochinskaya Fair". This problem is relevant due to the fact that, first of all, a female costume and aspects of its functioning are considered as a means of creating images of female characters in the story. The article describes the features of the functioning of parts of a woman's costume as an important component of the material world in the artistic system of N.V. Gogol. The story presents a large number of details of the female wardrobe, which carry demonological characteristics, which not only connects the heroines with the other world, but also helps to more fully reveal the essence of their characters. Particularly important in the analysis of the magical function of a woman's costume is the semantics of the color of wardrobe items, and, accordingly, the relevance of these items to the real or other world. The character, as well as the behavior of the heroines in this story, depends on the belonging of the female costume details to a certain space. The analysis showed that the magical function is mainly assigned to the female costume detail in the novel «Sorochinskaya Fair» by N. V. Gogol.

*Keywords:* N.V. Gogol, "Sorochinskaya Fair", costume detail, character's appearance, female image, costume function .

Функции костюмной детали в произведениях литературы отражают эволюцию феномена костюма в мировой культуре. Изображение таких деталей могут дополнять или полностью заменять характеристику героя, а также указывать на его социальное положение и раскрывать внутренний мир.

*Цель* статьи – описать особенности магической функции женских костюмных деталей в повести "Сорочинская ярмарка" Н.В. Гоголя. Выбор *материала* исследования обусловлен важностью выявления функций костюмных деталей для более полного раскрытия сюжета и особенностей системы персонажей повести.

*Методология исследования* базируется на работах таких ученых, как Л.А. Давыденко [1], Р.М. Кирсанова [2], Е.С. Лопатенко [3], Ю.В. Манн [4], которые внесли большой вклад в изучение области поэтики костюма и художественного мира Н.В. Гоголя.

В самом начале повести автор знакомит читателя с двумя героинями, при рассмотрении которых становится ясно, что они являются полными противоположностями друг другу. Интересно, что большое внимание в повести уделяется описанию внешности молодой девушки – Параски, однако детали ее костюма в нем представлены крайне незначительно, известно только, что украшало ее голову: *«...с повязанными на голове красными и синими лентами, которые, вместе с длинными косами и пучком полевых цветов, богатою короною покоились на ее очаровательной головке.»* [5, с.112] Цветовая гамма в приведенном фрагменте выполняет символическую функцию: синий цвет указывает на светлое начало у героини, так как традиционно соотносится с образом неба и обозначает чистоту, а красный – на богатство, благополучие и красоту девушки. Метафора «богатою короною» из полевых цветов наводит на мысль о естественной красоте девушки и

простоте, о ее природном начале. Благодаря таким деталям создается образ «безвинной падчерицы» и доброй молодой девушки.

При обращении к портрету второй героини – мачехе Хиври, делается акцент на таких чертах ее характера как злость и суетность («неугомонная», «злая»). Не зря ведь как только завидел ее парубчик, он крикнул: *«А вот впереди и дьявол сидит!»* [5, с.114] и затем добавил: *«и язык у нее, у столетней ведьмы..»* [Там же, с.114] Но не только слова парубчика наталкивают на выводы о темной стороне мачехи, об этом говорит и сама ее одежда. Дьявольская сущность часто выдает себя цветовыми особенностями одежды: ее резкой, дисгармоничной пестротой, присутствием красного и черного цветов, символизирующих отблеск адского пламени и тьму преисподней. [1, с.78] Что и видно в ее одежде: *«в нарядной шерстяной зеленой кофте, по которой, будто по горностаевому меху, нашиты были хвостики, красного только цвета, в богатой плахте, пестревшей, как шахматная доска, и в ситцевом цветном очипке...»* [5, с.113] Цветовая гамма ее одежды необычайно насыщена, и в целом, костюмные характеристики подробны и даже избыточны. Искусственная природа костюма мачехи противопоставляется природному началу костюма Параски, а пестрота в одежде выступает, как способ привлечения потусторонних сил. Красный цвет в образе Хиври имеет другое значение в отличие от образа Параски. У мачехи он имеет семантику inferнального мира вместе с нашитыми «хвостиками» на кофте. Такие нашивки в славянском фольклоре имеют магическую силу и связаны они с черной магией. Злая природа ее проскальзывает и в красном лице: *«по которому проскальзывало что-то столь неприятное, столь дикое, что каждый тотчас спешил перенести встревоженный взгляд свой на веселенькое личико дочки.»* [Там же, с.113]

Главная деталь костюма, которая выполняет магическую функцию в данной повести это красная свитка. *Свитка — верхняя мужская и женская одежда русских, украинцев и белорусов, гл. обр. в виде кафтана без воротника, с глубоким запахом, на крючках (древнеслав. «свита» от «свивать» -«одевать», «кутать»)* [2, с.251]. В «Сорочинской ярмарке» она обладает бесовской силой и приносит несчастья владельцам. Эту красную свитку носит и перекупка и только когда дела ее начинают идти плохо, понимает, что от этой свитки исходит что-то злое: *«Недаром, надевая ее, чувствовала, что ее все давит что-то»* [5, с.127].

Интересно, что ситуация примерки нарядов вводит в повесть еще один предмет, который коррелирует с магической функцией женской одежды: зеркало, в которое смотрится Параска. В литературоведении отмечается несколько традиционных функций, которые выполняет образ зеркала в литературных произведениях:

- 1) Гносеологическая – зеркало выступает как способ самопознания героя и средство характеристики персонажа;
- 2) Онтологическая – зеркало как граница между мирами со сложным пространственно-временным отношением.

В данной повести как раз отражаются эти две функции, особенно явной выступает функция зеркала как пограничного предмета между земным и потусторонним миром. Более того делается дополнительный акцент на цвете зеркала: *«маленькое зеркало, обклеенное красною бумагою»* [5, с.134]. Параска смотрится в него «с тайным удовольствием» и словно вступает в диалог со своим отражением, проецируя ситуацию с мачехой. В ходе диалога Параска надевает новый платок Хиври, тем самым становясь ее зеркальным двойником : *«Да я и позабыла... дай примерять очипок, хоть мачехин, как-то он мне придется!»* [Там же, с.134]

В том новом мире Параска отождествляется со злым потусторонним существом и произносит словно заклинание фразу: *«Скорее песок взойдет на камне и дуб погнется в воду, как верба, нежели я нагнусь перед тобою!»* [Там же, с.134]. Таким образом переодевание и подражание своей мачехе является попыткой примерить чужую роль,

изменяя себя и внешне, и внутренне. Если в начале повести Параска показывается читателю доброй и невинной, то уже в конце повести принимает сторону своей мачехи Хиври.

Влияние зеркала на героиню показывается и в ее неожиданном танце, больше похожем на какой-то ритуал: *«И начала притопывать ногами, все, чем далее, смелее; наконец левая рука ее опустилась и уперлась в бок, и она пошла танцевать, побрякивая подковами, держа перед собою зеркало и напевая любимую свою песню»* [Там же, с.134]. Этот танец сближает ее с границей миров, отдаляет от событий земного мира. Более того, когда входит отец Параски, она его не замечает, полностью вовлеченная в танец, и отец тоже оказывается вовлеченным в это таинство, сопровождаемое песней дочери. Однако героиня так и не совершает переход границы из-за громкого шума из реального мира: *«Громкий хохот кума заставил обоих вздрогнуть»* [5, с.135].

Таким образом, рассмотренные детали женского костюма действительно выполняют магическую функцию, с помощью которой читателю по-новому раскрываются образы женских персонажей. Костюмные детали в повести несут демонологическую семантику, связанную с потусторонним миром, что напрямую влияет на персонажей: некоторые детали костюма помогают персонажам оказаться на границе реального и фантастического миров.

#### Литература и источники

6. Давыденко, Л. А. Костюм в художественном мире Н.В. Гоголя: повествовательные циклы, письма / Л. А. Давыденко. – Саратов:, 2008. – 244 с.

7. Кирсанова, Р.М. Костюм в русской художественной культуре XVIII - первой половины XX веков / Р.М. Кирсанова. – М: «Большая российская энциклопедия», 1995. – 383 с.

8. Лопатенко, Е.С. Костюм как смыслопорождающая единица в произведениях Н. Тэффи / Е.С. Лопатенко. – СПб.:, 2017. – 153 с.

9. Манн, Ю.В. Поэтика Гоголя / Ю.В. Манн. – М: Художественная литература, 1978. – 398 с.

10. Гоголь, Н.В. Полное собрание сочинений в 14 томах.- Том 1. Ганц Кюхельгартен; Вечера на хуторе близ Диканьки / Н.В. Гоголь. – М.; Л.: Издательство Академии наук СССР, 1937—1952. – 112-136 с.

11. Давыденко, Л.А. Одежда в жизни Н.В. Гоголя как отражение его духовного пути. - Православие в контексте истории, культуры и общества: сб. науч. тр.: Первые и вторые «Пименовские чтения». / Л.А. Давыденко. – Саратов: Летослов, 2005. – 70-75 с.

*Научный руководитель – к.ф.н., доцент Калашикова А.Л., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

УДК: 398

#### ЭТНОГРАФИЧЕСКИЙ И ФОЛЬКЛОРНЫЙ АНАЛИЗ ЭТИМОЛОГИИ ТОПОНИМА "УЧУЛЕН" КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ

*Рузаева И. В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет

[ruzaeva-1988@mail.ru](mailto:ruzaeva-1988@mail.ru)

В статье рассматривается этимология гидронима Кемеровской области "Учулен". Исследование выполнено в контексте этнологических прикладных исследований методом анализа материала, собранного посредством опроса коренного населения данной местности. В этническом составе исследуемых территорий преобладают шорцы, что не могло не найти отражение в номинации географических объектов. В работе рассматриваются шорские фольклорные предания, сюжет которых образован как историческими событиями, так и местными тотемическими мифологическими представлениями. Этимология топонима «Учулен» представлена легендой о трёх змеях, которая берет свое начало из культуры шорского шаманизма, являющейся традиционным для мировоззрения этой народности. На основе фольклорных устных и письменных источников выявляется роль образа змеи в культуре шорцев. Легенды и предания демонстрируют большую значимость этой рептилии в мифологии шорских народов, а использование образа змеи при номинации природного объекта является своеобразным выражением ментальности народа, нераздельности их быта и религии. В представленной работе проводится анализ сюжетнообразующей базы топонимических легенд и преданий с точки зрения их отражения в народных наименованиях географических объектов Кемеровской области, а также с целью выявления особенностей самобытной топонимики данного региона.

**Ключевые слова:** народная топонимика, фольклор, Кузбасс, Учулен, шорцы, этимология, топонимические легенды и предания.

## ETHNOGRAPHIC AND FLORAL ANALYSIS OF THE ETYMOLOGY OF THE TOPONYM "TRAINED" OF THE KEMEROVSK REGION

*Ruzaeva I.V.*

FSBEI HE "Kemerovo State University

The article deals with the etymology of the hydronym of the Kemerovo region "Uchulen". The study was carried out in the context of applied ethnological research by analyzing material collected through a survey of the indigenous population of a given area. The ethnic composition of the studied territories is dominated by Shors, which could not but be reflected in the nomination of geographical objects. The work examines the Shor folklore legends, the plot of which is formed by both historical events and local totemic mythological ideas. The etymology of the toponym "Uchulen" is represented by the legend of three snakes, which originates from the culture of Shor shamanism, which is traditional for the worldview of this nation. On the basis of folklore oral and written sources, the role of the image of a snake in the culture of the Shors is revealed. Legends and traditions demonstrate the great importance of this reptile in the mythology of the Shor peoples, and the use of the image of a snake when nominating a natural object is a kind of expression of the mentality of the people, the inseparability of their life and religion. The presented work analyzes the plot-forming base of toponymic legends and legends from the point of view of their reflection in the folk names of geographic objects of the Kemerovo region, as well as in order to identify the peculiarities of the original toponymy of this region.

**Key words:** folk toponymy, folklore, Kuzbass, Uchulen, Shors, etymology, toponymic legends and traditions.

В настоящее время гуманитарные научные исследования наиболее динамично развиваются в области нескольких направлений, например таких, как топонимика - наука о номинации географических объектов. Топонимика Кузбасса представляет для исследователей особый интерес. Имея обширную материальную базу, образованную многовековой историей и богатым этническим составом, она активно развивается уже на протяжении длительного времени. Сегодня, в связи с празднованием трёхсотлетия Кузбасса, интерес к топонимическим легендам и преданиям данного региона

значительно возрос в силу патриотического настроения и осознания населением своей уникальной полиэтничной самобытности, особое внимание этому вопросу уделяет Кемеровский государственный университет [1].

Значение топонимики невозможно переоценить. Географические названия – один из основных и важнейших элементов карт. Топонимы имеют пространственную привязку, демонстрируют характер и динамику заселения, освоения и этнографического состава территории. В топонимике отражены все особенности рельефа и живой природы того или иного региона, что позволяет исследователям реконструировать ландшафты прошлых эпох. Кемеровская область с точки зрения номинации географических объектов представляет собой контаминативный комплекс всех видов топонимов, представленных смешением языков коренных народов, что делает ее неиссякаемым источником для изучения этнографического взаимодействия различных слоев населения и переосмысления родной культуры. В. М. Шабалин в своей работе «Краткий топонимический словарь Тайны имен Земли Кузнецкой» пишет об этом так: «Хотя в настоящее время абсолютное большинство жителей её является русскоязычным населением, географические названия русского происхождения малочисленнее тех, которые были даны коренным населением. Смысл большей части топонимов Кемеровской области непонятен современным её жителям и для огромного их большинства является загадкой» [2 с. 213]

Одним из таких названий является гидроним "Учулен". Учулен - река в Кемеровской области. Устье реки находится в 7 км по правому берегу реки Мундыбаш. Длина реки составляет 16 км. Схожее название имеет Учул - деревня в Новокузнецком районе Кемеровской области.

Представим комплекс значений данных топонимов:

УЧУЛЕН – 1) река в басс. Кондомы. По рассказам шорцев, назв. образовано от шорских УШ – "три" и ЧЫЛАН – "змея". Если это верно, то Учулен /из Уш чылан/ – "река трёх змей". Назв. связано с шорской легендой о трёх змеях, к-рые будто бы в этих местах погубили в древности много невинных людей.

УЧУЛ – 1) река в басс. Кондомы. Назв. образовано от шорского УШ – "три", "третий" и кетско-ассанского УЛ – "река", "вода". Следовательно, Учул /из Ушул/ - "трёхречье" или "три реки".[2]

Из вышеприведённого комплекса значений, представленных В. М. Шабалиным, можно сделать вывод, что топонимы Учулен и Учул предположительно имеют общую этимологию. Гидроним Учулен является вторичным, так как от него образовано название одноименного поселка. Поселения Учулен и Учул крайне малочисленны, население представлено шорским народом - одним из малочисленных коренных народов Южной Сибири, язык которого и лег в основу данных топонимов.

Рассматривая данные географические названия с точки зрения народной топонимики, можно выделить единый сюжет о трех змеях, предлагаемый не только В. М. Шабалиным, но и жителями поселений. Так, на форуме «ru.esosedi» встречаются такие комментарии:

«Добрый день! Хотя я живу сейчас очень далеко от Учулена, но там прошло мое детство и я знаю происхождение названия поселка. С перевода с шорского это название значит-река трех змей. Говорят когда-то в этих местах погибло много народу от укуса змей...»

«Расскажите, пожалуйста, про змей в Учулене. Их там действительно так много что даже реку так называли? К знакомым на выходные ездили, говорят, гадюки замучили, лезут с тайги, сил нет. Так там было всегда? Как с ними бороться? Места красивейшие, но не безопасные...»

Змеи в номинации географических объектов России довольно распространены. Рассмотрим некоторые примеры:

К с. Воскресенскому Саратовской губернии примыкают Змеевы горы. На них некогда жил огромный многоглавый змей, требовавший с жителей дань девицами, которых пожирал.

Змеева гора на Кавказе получила свое название от огромного змея-полоза, жившего на ней около горного озера.

При основании Казани колдун уничтожает змей. Главный из них – крылатый змей Зилант скрывается в горе. Гора впоследствии получает название «Зилантовая».

В Томской губернии рассказывают про Змееву гору (около Змеиногорского рудника): в нее ушел змей-полоз.

Столь частое упоминание этой рептилии в топонимике обусловлено тем, что в мифологических верованиях многих народов мира одно из важнейших мест принадлежит образу змеи. Коренные народы Сибири не являются исключением. Дамбаева Ю. Н. упоминает об этом в своих работах: «Во многих эпосах присутствует анимистические образы, так как многие животные являлись объектом почитания у сибирских народов. Например, бык, рыба, черепаха, змея и др. В бурятских мифах повествуется о вражде между птицей и змеей, живущий на космической золотой осине орел много лет бьется «со змием вредным, со змием ядовитым, двадцатитрехголовым», постоянно пытающимся съесть орлят («Аламжи Мерген»)» [4 с. 123]

Л. Н. Арбачакова, Е. Н. Кузьмина в своей работе «О переводе имён шорских альпов и их коней»[5] так же упоминает змей: в одном из сказаний имя женщины Чылан Тоочый, изменяющей своему мужу, было переведено как «змеиная душа». По верованиям шорских шаманов змея является духом нижнего мира, и несет человеку зло, именно этот негативный контекст и выражен в значении топонима Учулэн.

Отпечаток образа змеи несет в себе и один из главных шорских праздников - Чыл-Пажи. Переводится он как Голова года, и носит обрядово-мифологический характер: «Начало года повернулось, голова змеи загнулась»[6] - записано Н. П. Дыренковой со слов шорцев во время пребывания в Горно-Шорском районе в 1925 -1932 гг.

Кроме образа змеи в обоих топонимах Учулэн и Учул присутствует общий объединяющий этимологический признак - сакральное для шорцев число три: УШ - "три", "третий"[2]. Согласно мировоззрению шорцев Вселенная разделена на три части (мира): на Верхний Небесный Мир, Средний Земной и Нижний Подземный Мир.

В традициях празднования Чыл-Пажи так же можно отметить число три: самый главный шаман по традиции разводил три ритуальных костра: маленький для очищения, большой для общения с духами, третий - для приготовления пищи.

Также число три представлено и в шорских свадебных обрядах. Для молодоженов строился крытый берестой шалаш из березовых веток, в котором молодые жили три дня.

Из всего вышесказанного следует, что хоть для несказочной прозы и характерна историческая достоверность легенд и преданий, тем не менее, наглядно прослеживается отпечаток шорских шаманских ритуалов и сакральных образов.

В современном устном фольклоре топоним Учулэн так же может трактоваться с точки зрения иронии. Так, на форуме drom.ru наблюдается комментарий пользователя: «Еще есть не такое крамольное название, но прикольное поселок "УчуЛен" по дороге в Шерегеш (Кемеровская область) между Мундыбашем и Кузедеево, где-то.» Данный пример ярко демонстрирует попытку русскоязычного населения региона объяснить необычный топоним, как следствие, народной молвой топоним Учулэн был отнесен к виду патронимических топонимов, так как ошибочно был трактован образованным от имени «Елена». С научной же точки зрения исследуемые топонимы относятся к виду гидронимов, так как названы по признакам водных объектов. Сюжет топонимического предания о трех змеях, погубивших большое количество людей, может добавлять к этимологии топонима и некое мемориальное значение. Это может быть подтверждено

тем, фактом, что в фольклоре шорского народа мотив утраты является одним из сюжетообразующих, что объясняется тяжелым положением малых народов [7]

Таким образом, исследуемый топоним представляет собой яркий пример смешения мифологических образов, ритуальной шаманской символики и народной топонимики пребывавших на данной территории этнических групп. Сегодня социальный и экономический прогресс в аспекте цифрового развития общества ведет к утрате фольклорного наследия малых народов, вследствие чего вопрос сохранения региональной самобытности с каждым днем становится все более актуальным.

Топонимические легенды и предания, наряду с сохранением и изучением языков малочисленных народностей служат надежной этнографической основой в исследованиях исторического расселения народов региона, их этнических и межкультурных связей. Актуальность изучения и публикаций фольклора Кемеровской области особенно востребованы в преддверии празднования 300-летия Кузбасса, как возможность формирования благоприятного имиджа региона в российском пространстве.

### Литература и источники

1. 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. [Электронный ресурс]: URL: <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=16295> (Дата обращения: 14.03.2021)
2. Шабалин В. М. Тайны имен земли Кузнецкой: краткий топонимический словарь Кемеровской области: 3000 назв. / В. Шабалин ; Кемеровский обл. ин-т усовершенствования учителей. Кемерово: Кемеровский обл. ИУУ, 1994. 222 с. [Электронный ресурс]: URL: [https://новокузнецк400.pf/userfiles/files/tajny\\_imen\\_zemli\\_kuzneckoj.pdf](https://новокузнецк400.pf/userfiles/files/tajny_imen_zemli_kuzneckoj.pdf) (Дата обращения: 14.03.2021)
3. Козлова Н. К. Восточнославянские мифологические рассказы о змеях. Систематика. Исследование. Тексты: Монография / Н. К. Козлова; Науч. ред. В. М. Гацак. – Омск: «Издательский дом “Наука”», 2006. – 460 с. [Электронный ресурс]: URL: <https://www.ruthenia.ru/folklore/kozlova7.htm> (Дата обращения: 16.03.2021)
4. Дамбаева Арюна Нарановна Вопросы общности в героических эпосах коренных народов Сибири // Эпосоведение. 2016. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/voprosy-obschnosti-v-geroicheskikh-eposah-korennyh-narodov-sibiri> (дата обращения: 11.03.2021).
5. Арбачакова Л. Н. Кузьмина Е. Н. О переводе имён шорских альпов и их коней / Институт филологии СО РАН [Электронный ресурс]: URL: <file:///C:/Users/school/Downloads/180-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D0%B8-257-1-10-20190329.pdf> (дата обращения: 11.03.2021).
6. Дыренкова И. П. Шорский фольклор. Записи, перевод, вступ. статья и прим. Н. П. Дыренковой; Ин-т этнографии Акад. наук СССР, Фольклор. комиссия; [отв. ред. акад. И. И. Мещанинов]. - М.-Л.: Изд-во АН СССР, 1940. - 448 с. (Рец.: Потапов Л. П. // СЭ. - 1948. - № 3. - С. 198-203.; Рец.: Смердов А. // Сибирские огни. - 1941. - № 2. - С. 129-131)
7. Полторацкий И. С. Сюжетообразующие функции мотива утраты в шорской литературе // Сибирский филологический журнал. 2015. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/syuzhetoobrazuyuschie-funktsii-motiva-utraty-v-shorskoy-literature> (дата обращения: 11.03.2021).

*Научный руководитель – к.ф.н., доцент Калашикова А.Л., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

УДК 821.161.1

**ОСОБЕННОСТИ ЖЕНСКОЙ ПРОЗЫ КУЗБАССКИХ ПИСАТЕЛЬНИЦ  
(НА ПРИМЕРЕ ТВОРЧЕСТВА З.ЧИГАРЁВОЙ И А.ПРОКУДИНОЙ )**

*Токарева С.С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»  
svetatokareva0802@gmail.com

Рассвет современной женской прозы связан с периодом 90-х годов. Изучению особенностей творческого пути современных писательниц уделяется огромное внимание: рассматриваются особенности проблематики и характера повествования современной «женской прозы» и ее связь с классической литературой. Несмотря на существование исследований, посвященных творчеству писательниц, творчество З.Чигарёвой и А. Прокудиной в настоящее время изучено недостаточно и требует отдельного рассмотрения. Данная статья посвящена изучению особенностей творчества кузбасских писательниц и рассмотрению характерных черт «женской прозы» в их произведениях.

**Ключевые слова:** женская проза, современная русская литература, литература Кузбасса.

**FEATURES OF WOMEN'S PROSE OF KUZBASS WRITERS  
( ON THE EXAMPLE OF THE WORKS OF Z. CHIGAREVA AND A.  
PROKUDINA )**

*Tokareva S. S.*

Kemerovo State University

The dawn of modern women's prose is associated with the period of the 90s. Great attention is paid to the study of the features of the creative path of modern writers: the features of the problems and the nature of the narrative of modern "women's prose" and its connection with classical literature are considered. Despite the existence of studies devoted to the work of female writers, the work of Z.Chigareva and A. Prokudina are currently insufficiently studied and require separate consideration. This article is devoted to the study of the peculiarities of the work of Kuzbass writers and the consideration of the characteristic features of " women's prose " in their works.

**Key words:** women's prose, modern Russian literature, Kuzbass literature.

Понятие «женская проза» в современном литературоведении до сих пор не получило однозначного толкования. Некоторые исследователи говорят о нецелесообразности рассмотрения «женской» прозы как особой разновидности прозаических произведений в литературе. Они считают, что указанное терминологическое образование возникло в середине 90 годов в связи с появлением в психологии модного понятия «гендер», которое нельзя применять к литературе, так как оно отражает отношения между мужчиной и женщиной на уровне биологических, культурных, психологических и социальных особенностей, что, естественно, делает данное понятие неполным. [1, с. 21]; [2, с. 52].

В то же время термин «женская проза» в настоящее время употребляется в целом ряде литературоведческих работ, обозначая, главным образом, такие произведения, автором и героем которых является женщина. Исследователи также отмечают, что тематика и проблематика таких произведений связана с женской судьбой, её чаяниями и надеждами. В отличие от сугубо «мужской» прозы, «женская» учит любви, помогает выжить. Большое значение в произведениях писательниц приобретают вопросы, связанные с мечтой, счастьем, детством. Но между тем в «женской прозе» происходят те же самые процессы, что и в литературе в целом: творческие искания, использование новых приёмов их фиксации [4, с. 21].

Женщины практически всегда выступали первопроходцами в открытии нового содержания. Как отмечает О. Славникова, «сегодняшний рассвет женской прозы в России свидетельствует о том, что литература в стране есть и будет» [1, с. 21].

В произведениях современных писательниц появляется новый тип героя и новая реальность, создается неповторимый художественный мир.

Героиня таких произведений сочетает в себе функции главного действующего лица, выразителя авторской позиции, а также выступает как типический пример конкретной жизненной ситуации, обретающей статус универсального обобщения. Многообразие тем «женской прозы» создает образ сложной и противоречивой реальности, которая требует нового осмысления вечных проблем: семьи, детских воспоминаний, сложностей взрослой жизни, памяти, поиска смысла жизни и так далее.

В современной "женской" прозе основа сюжета — это бытовая история, которая может приключиться абсолютно с каждым. Особенность сюжета произведений заключается вовсе не в преодолении описываемой ситуации, а в том, какие уроки герои извлекут из нее. Вместе с ними и читатель приходит к выводам, вовлекается в действие [1, с. 22]. Таким образом, проблематика русской «женской прозы» всегда находится на стыке бытовых и философских вопросов. Русская «женская проза» ищет свой идеал, поскольку это — главный смысл творчества каждого писателя. Любые пути раскрытия типологии женского творчества будут способствовать более глубокому проникновению в природу женской прозы, что и составляет задачу современной науки о литературе.

Несмотря на существование исследований, посвященных «женской прозе», творчество кузбасских писательниц — З. Чигарёвой и А.Прокудиной — в настоящее время изучено недостаточно и требует отдельного рассмотрения.

Для рассмотрения особенностей «женской прозы» кузбасских писательниц обратимся к творчеству З. Чигарёвой.

По образованию З.Чигарёва — преподаватель русского языка и литературы. Проработав год в школе города Прокопьевск Кемеровской области, она стала сотрудником газеты «Шахтёрская правда». Много писала по вопросам культуры, театра, руководила литературным объединением. [3].

Еще в студенчестве Зинаида Александровна начала писать пьесы. Работая журналистом в Прокопьевске, она продолжила писать произведения о людях города, шахтерах.

Главная особенность творческого пути Зинаиды Чигарёвой заключается в неустанном поиске, стремлении если не усложнить обстановку вокруг героя, то найти глубокие истоки душевных движений, их сокровенную человеческую сущность. Писатель на протяжении многих лет искала свои темы, свой стиль. Не случайно рассказы и повести о простой жизни наших современников, о хороших без всякого умиления людях вызывают живой отклик в сердцах современных читателей, уставших от насилия, крови, пошлости и жестокости.

Произведения З.Чигарёвой отражают её творческий путь. Работая на телевидении и в издательстве, она встречалась с интересными людьми, именно они становились героями её произведений. Однако, несмотря на то, что сюжеты и герои произведений

позаимствованы из повседневной жизни, в контексте творчества писательницы не случайно возникает особое отношение к жанру сказки. В обращении к юным читателям в книге «Осторожно, сказка!» она написала: «Теперь у меня такая профессия - разыскивать сказки и записывать их... Ведь за сказкой совсем не надо ходить далеко. Она живет рядом с нами, только прячется до поры до времени» [3].

Произведения З. Чигаревой воспитывают у читателя, в первую очередь, чувство ответственности за свое поведение, за каждый свой поступок, за каждое слово. Они обращают наше внимание к «вечным» ценностям: любви, семье, желанию быть счастливым.

Особое внимание в произведениях писательницы уделяется отношениям в семье. Так, например, в рассказе «Платок для матери» взрослые сын и дочь приезжают хоронить мать. Разбирая старые вещи, они по-новому открывают ту, которая была так близко и так далеко одновременно. Герои находят пластинки и недоумевают, зачем они матери, если их невозможно воспроизвести. Среди прочих вещей они находят платки. Разных размеров и расцветок, из шёлка, ситца, они лежали аккуратной стопкой в картонной коробке из под туфель, абсолютно новые: «Их было много, целая коллекция, неброских, мягких тонов». Дочь начинает плакать, ведь она с таким трудом искала платки, а мать их даже ни разу не надела. И только тут сын понимает, что мать вообще никогда не носила платков. Слишком поздно герои осознают, что совсем не знали матери. Иначе складывается судьба героев в рассказе «Праздник Маши Красильниковой». Главная героиня – Маша - делает всё ради родных. Даже в свой день рождения она думает о близких: ей хочется купить торт: «Потом купим торт... Вот такой толстый тортище!». , чтобы порадовать деток и мужа-инвалида, пораньше прийти домой с работы. Маша радуется всему: работе, первому снегу, общению с людьми. Сложности не пугают героиню, потому что она любит. Любовь – это то, что даёт героине силы, помогает обрести счастье, покой. [4]

Поднимая проблему семьи, Зинаида Чигарёва доносит до читателей главное: любить близких надо «сейчас», пока не поздно, пока они живы, пока нуждаются в нашей заботе, поддержке, и мы можем проявить свои чувства, как это делает героиня рассказа «Праздник Маши Красильниковой» [5].

Читателя в произведениях З. А. Чигарёвой привлекает человеческая доброта, искренность, вера в счастливую женскую судьбу. То, что ценится и будет цениться всегда.

Характерные черты «женской прозы» можно обнаружить и в творчестве другой кузбасской писательницы — Аллы Прокудиной.

Алла Владимировна три года проработала в Коноваловской школе г.Белово преподавателем русского языка и литературы. Однако в связи с некоторыми сложными жизненными обстоятельствами из школы пришлось уйти. Но «человек, приближенный к слову, он без него уже не может» (сл.А.Прокудиной). На протяжении долгого времени все рассказы писательницы, истории, которые чем-то поразили и вдохновили существовали только в дневниковых записях.

Вскоре по рекомендации приятельницы А.Прокудина попадает в поэтическую гостиную при музее Бачатского угольного разреза, где обретает людей, с которыми ей по-настоящему интересно, а им в свою очередь небезразлично творчество писательницы. [5, с. 3-7].

Каждый рассказ писательницы – это страница жизни самого автора. Главным источником вдохновения для А. Прокудиной является семья. Она ничего не сочиняет, но повествует о том, с чем знаком каждый из нас.

Женька – главная героиня цикла рассказов «Уличные зарисовки». Она предстаёт перед нами в разном возрасте: из босоногой нескладной девчонки она превращается в мудрую женщину, мать семейства, которая приходит на помощь всем ближним. Жизнеутверждающая позиция Женьки сродни взглядам на жизнь Маши, героине

рассказа З.Чигарёвой «Праздник Маши Красильниковой». Устами Женьки говорит современная женщина, которой хочется быть красивой, любимой, добившейся успехов в работе. Для создания образов персонажей писательница использует детали повседневной, бытовой сферы жизни человека, имеющие отношение к каждому из нас, но приобретающие в рассказах особый символический смысл.

Так, в рассказе «Фата» есть эпизод ... Задумчиво идёт Женька по улице, и вдруг её внимание привлекают две женщины, которые пытаются прибить на форточку кусок ткани, в которой героиня узнаёт... фату. Мысленно проносится перед Женькой её свадьба, мечты, связанные с этим днём, ожидание счастья каждой девушки, женщины [5]. Фата, порезанная на куски, - символ несостоявшегося счастья, несбывшихся надежд, как и у героини рассказа Чигарёвой «Концерт для скрипки».

А в рассказе «Ваза» представлена трагедия ещё одной семьи. Муж потерял жену: она умерла. Среди предметов, которые он распродаёт, есть ваза. Хрупкость и красота этой вещицы поражают Женьку, и она приобретает её. Очень скоро ваза занимает достойное место в доме героини. Глядя на изящный предмет, Женька раздумывает о человеческой жизни, о её радостях и сложностях. Когда героиня решает помыть вазу, та падает и разбивается, как порой разбивается жизнь человека... [5]

Подводя итоги, хочется отметить, что «женская» проза кузбасских писательниц развивается в русле современных литературных тенденций, которые позволяют соединить объективность реалистического повествования с индивидуальным, частным опытом жизни автора. З. Чигарёва и А. Прокудина повествуют о проблемах, которые близки каждому из нас, о современном мире, в котором самой главной ценностью для человека остается семья.

#### Литература и источники

1. Зумбулидзе И.Г. «Женская проза» в контексте современной литературы / И. Г. Зумбулидзе // Современная филология: материалы междунар. заоч. науч. конф. (г. Уфа, апрель 2011 г.). / Под общ. ред. Г.Д. Ахметовой. – Уфа: Лето, 2011. – С. 21-23 .
2. Серго Ю.Н. "Женская проза" России: особенности художественной философии: особенности художественной философии / Ю. Н. Серго // Филологический класс – 2006. – № 16. – С. 52-56.
3. [Тюшина, Е.И. Свет добра и правды в творчестве Зинаиды Чигаревой \(к 90-летию со дня рождения\) // Свет добра и правды в творчестве Зинаиды Чигаревой: к 90-летию со дня рождения: библиографическое пособие / МАУК "Муниципальная информационно-библиотечная система", Детская библиотека имени А.М. Береснева; сост. Е.И. Тюшина. - Кемерово, 2018. - С. 3-5.](#)
4. Чигарёва, З.А. Свет мой ясный. Рассказы. Повесть. – Кемерово: Кемеровское книжное издательство, 1978 – 187 с.
5. Прокудина, А. В. Уличные зарисовки. Литературно-художественное издание. – Киселёвск, 2019 – 89 с.

*Научный руководитель – к.ф.н., доцент Калашикова А.Л., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

УДК 821.161.1

#### ОСОБЕННОСТИ МОТИВА «ДЕВУШКИ НА СКАМЬЕ» В КОНТЕКСТЕ УСАДЕБНОГО ТЕКСТА XIX ВЕКА

*Угольникова К. Р.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

<mailto:kristina99@mail.ru>

Являясь одновременно местом рождения, взросления и жизни многих поколений русских дворян и местом действия в произведениях русской литературы, усадьба становится предметом мифологизации и литературной рефлексии (формирование усадебного мифа в середине XIX века). Феномен русской усадьбы в русской культуре становился несколько столетий, в литературе формируется понятие усадебного текста. В статье рассматриваются особенности усадьбы в культурологическом аспекте, особенности усадьбы в художественном мире и насыщение усадебного текста культурными знаками, которые выражены в важнейших компонентах усадьбы – садах и парках. К изучению феномена усадебного текста обращаются исследователи, в том числе и В.А. Доманский, Д.С. Лихачев, М.В. Глазкова. Изучением сущности данного понятия занимались А.Л. Бем, А.Н. Веселовский, Б. М. Гаспаров. Одна из важных проблем современного литературоведения – исследование мотива. Одной из функций мотива как «простейшей повествовательной единицы» является способность двигать сюжет. Мотив «девушка на скамье» как сюжетообразующий в контексте усадебного текста не рассматривался. В данной статье сюжетообразующий мотив «девушка на скамье» рассмотрен в произведении XIX века А.С. Пушкина «Метель».

**Ключевые слова:** усадебный текст; усадьба; сады и парки; девушка на скамье; мотив; сюжет.

## **FEATURES OF MOTIVE « GIRLS ON THE BENCH » IN CONTEXT OF MANOR HOUSE THE TEXT 19<sup>TH</sup> CENTURE**

*Ugolnikova K.R*

Kemerovo State University

Being at the same time the birthplace, of growing up and lives of many generations of Russian noblemen and a scene of action in works of the Russian literature, the manor becomes subject matter of mythologization and a literary reflection (formation of manor house a myth in the middle of XIX century). The phenomenon of Russian manor in Russian culture became some centuries, in the literature the concept of manor house the text is shaped. In article features of manor in cultural studies aspect, feature of manor in the art world and saturation of manor house the text are considered by cultural signs which are expressed in the major components of manor – gardens and parks. To studying a phenomenon of manor house the text researchers, including V.A. Domansky, D.S. Lihachev, M.V. Glazkova address. Studying of essence of the given concept were engaged in A.L.Bem, A.N.Veselovsky, B.M. Gasparov. One of the important problems of modern literary criticism – research of motive. One of functions of motive as « elementary narrative unit» is capacity to move a plot. The motive « the girl on a bench» as plot-forming in a context of manor house the text was not considered. In given article the plot-forming motive « the girl on a bench» is considered in work of XIX century A.S.Pushkin "Blizzard".

**Keywords:** manor house the text; manor; gardens and parks; the girl on a bench; motive; a plot.

Выделяют следующие необходимые основания для отнесения конкретного произведения к «усадебному тексту» 1) соотносительность содержания с мифом усадьбы как утрачиваемого (или утраченного) рая, 2) усадебный хронотоп, т е состояние счастливой безмятежности и покоя в замкнутом пространстве обустроенной природы, 3) душевные переживания и впечатления героев, изображение которых трудно себе представить вне описаний природы (сведенной к пространству усадьбы с окрестностями), причем негативно-минорное настроение героя контрастирует с полнотой бытия и несравненной

красотой природы, 4) меланхолический лирический подтекст, служащий для создания специфического настроения отстраненно-ностальгической грусти, 5) идиллическо-элегическая жанровая модальность, зачастую переходящая в мелодраматизм, 6) главенство автора над изображаемым миром, идеологическая и стилистическая одномерность (монологичность) авторского слова и слова героя [4, 7-8].

Определение «усадебная повесть» предполагает не только формальный признак – место действия (русская усадьба), но и особую структурную организацию произведения, строение сюжета. Топос усадьбы в ней является не только фоном действия, но и «действующим лицом» сюжета, которое нередко определяет его основные коллизии.

В усадебной повести постоянно звучит мотив возвышенного высшего счастья, гармонии с миром, земного рая, заданный моделью самой усадьбы – её художественной вселенной [6, 56].

«Любовный сюжет в усадебном романе вытесняет все побочные сюжеты, становится доминирующим <...>. Он прочитывается не только на уровне событий, диалогов и монологов героев, но и культурных знаков усадьбы: парки, сады, аллеи, беседки, лужайки, поляны, куртины, пруды.

Поскольку действие в усадебном романе разворачивается на двух уровнях – сюжетно-событийном и знаково-символическом, – культурные усадьбы часто соответствуют этапам развития действия: на скамейке в яблоневом саду они объясняются в любви и дарят друг другу свой первый поцелуй [6, 59].

Феномен русской усадьбы находится на пересечении природы и цивилизации, быта и культуры. Мир русской усадьбы рассматривается как многоплановый текст, предельно насыщенный культурными знаками. В первую очередь это касается такого важнейшего компонента усадьбы, как её сады и парки.

Для русской культуры особую роль сыграл романтический сад, бытование которого совпало с золотым веком русской литературы. Все компоненты романтического сада (аллеи, беседки, мостики, скамейки, цветники, лужайки, поляны, ландшафт в целом) стали содержательными поэтическими элементами «усадебной повести» [6, 56].

По словам Д.С. Лихачёва «регулярные сады предназначались, главным образом, для «уединённого пребывания» в них, для спокойных и малоподвижных размышлений <...>, то пейзажные парки предназначались для прогулок [7, 224].

Одно из ключевых парковых понятий – аллея – рассматривается и с точки зрения ландшафтной архитектуры, и с точки зрения использования в качестве устойчивого литературного мотива.

Тематическая аллея связана с прогулкой, которая в обобщённо-метафорическом плане представляет «человеческий путь» [5, 84].

В усадебном тексте прослеживается сюжетообразующий мотив «девушки на скамье». Скамья – неотъемлемая часть садово-парковой части усадьбы, на ней девушка, обладательница сильного характера, олицетворяющая женственность, ожидает встречи или размышляет.

Определимся с понятиями сюжета и мотива. В современном литературоведении по-разному раскрываются понятия сюжета и мотива.

«СЮЖЕТ. 1. С. в литературе — отражение динамики действительности в форме развертывающегося в произведении действия, в форме внутренне-связанных (причинно-временной связью) поступков персонажей, событий, образующих известное единство, составляющих некоторое законченное целое» [8, 140–151].

Мотив (от лат. moveo — двигаю) — термин, перешедший в литературоведение из музыковедения. Мотив часто рассматривается как категория сравнительно-исторического литературоведения. Выявляются мотивы, имеющие очень древние

истоки, ведущие к первобытному сознанию и вместе с тем получившие развитие в условиях высокой цивилизации разных стран.

Понятие мотив теоретически обосновал А.Н. Веселовский. Учёный называет мотивом «простейшую повествовательную единицу, образно ответившую на разные запросы первобытного ума или бытового наблюдения» [2, с. 305]. Мотив можно выразить формулой:  $a + b$ , где каждая часть может видоизмениться, образуя сюжет [2, с. 301].

Точку зрения Веселовского оспаривали ученые. По мнению А. Бема, «мотив — это предельная ступень художественного отатечения от конкретного содержания произведения, закреплённая в простейшей словесной формуле» [1, с. 231].

Б. М. Гаспаров считает, «в роли мотива может выступать любой феномен, любое смысловое "пятно" - событие, черта характера, элемент ландшафта, любой предмет, произнесенное слово, краска, звук и т.д. Единственное, что определяет мотив, - это его репродукция в тексте» [3, с.30-31].

А.С. Пушкин в своём творчестве обращается к усадебному тексту. В «Метели», входящей в цикл «Повести Белкина» эпизод развязки повести разворачивается в саду. Героиня «Метели» живёт в родительском поместье, наделена романтическими особенностями, - бледна, воспитана на романах, влюблена в бедного прапорщика Владимира. Герои готовят план побега, в их мечтах всё должно сложиться как в романах. Они покидают дом, чтобы тайно повенчаться. Но внезапно начавшаяся метель становится причиной роковых ошибок и знаком судьбы. Она разводит Марью Гавриловну с Владимиром, но этим только помогает раскрыться характерам героев. В конце произведения «Бурмин нашел Марью Гавриловну у пруда, под ивою, с книгою в руках и в белом платье, настоящей героинею романа» - герой обращает внимание на романтический образ Марьи Гавриловны. Она уже не противостоит на судьбе, но данная встреча с Бурминым становится роковой – судьба однажды свела двух людей неслучайно.

### Литература и источники

1. Бем, А.Л. К уяснению историко-литературных понятий /А.Л. Бем // Известия Отделения русского языка и литературы Академии наук. – СПб., 1918. - Т. 23. Кн. 1. - С. 225-245;
2. Веселовский, А. Н. Историческая поэтика / А.Н Веселовский. - Москва.: «Высшая школа», 1989. - С. 404.
3. Гаспаров, Б. М. Литературные лейтмотивы: Очерки русской литературы XX века /Б. М. Гаспаров.: М., Восточная литература, 1994. - С. 304.
4. Глазкова М.В. «Усадебный текст» в русской литературе второй половины XIX века (И.А. Гончаров, И.С. Тургенев, А.А. Фет) / Автореф. канд. филол. наук. – М., 2008.. – 18 с.
5. Дмитриева, Е.Е., Купцова, О.Н. Жизнь усадебного мифа: утраченный и обретенный рай/ Е.Е. Дмитриева – М.: ОГ, 2002. – 500 с.
6. Доманский В.А. Русская усадьба в художественной литературе XIX века: культурологические аспекты изучения поэтики/ В. А. Доманский – Томск: Вестник Томского государственного университета, 2006. – 56-60 с.
7. Лихачев Д.С. Поэзия садов. К семантике садово-парковых стилей. Сад как текст. Изд. 3-е, испр. и доп./ Д.С. Лихачев. – М.: «Согласие»; ОАО «Типография “Новости”», 1998. – 356 с.
8. Михайлов, Е. Н. Михайловский Б. Сюжет / Е. Н. Михайлов // Литературная энциклопедия – М., 1939. - Т. 11. - 824 стр.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Поселенова Е.Ю., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*



# ВОСТОЧНЫЕ ЯЗЫКИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИЗУЧЕНИЯ

УДК 811:395.6

## ФОРМЫ ОБРАЩЕНИЙ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ

*Вытовтова М.Р.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[namemariina23@yandex.ru](mailto:namemariina23@yandex.ru)

Данная работа посвящена теоретическому и практическому исследованию форм обращений в русском и китайском языках на основе тематической группы «сетевой этикет». В статье с помощью сопоставительного анализа раскрывается специфика обращений в изучаемых лингвокультурах. Целью, поставленной в рамках данной проблемы, является определение речевых ситуаций, внутри которых функционируют формы обращений в межкультурной коммуникации. В качестве объекта нашего исследования выступают формы обращения в русском и китайском языках, а в качестве предмета – речевые ситуации, в которых используются формы обращения. Для достижения нашей цели были поставлены следующие задачи: провести теоретический обзор исследований по проблеме форм обращений в межкультурной коммуникации; выявить и описать тематические группы форм обращений в отечественной и зарубежной лингвистике; сравнить реализацию « сетевого этикета» в электронных письмах на русском и китайском языках; осуществить сопоставительный анализ на основе собранной информации. Материалом для работы послужила этикетная лексика, используемая в русском и китайском языках. В качестве источников исследования выступили данные словарей и результаты опроса носителей двух представленных языков. Полученные результаты исследования могут быть использованы в сфере межкультурной коммуникации.

**Ключевые слова:** формы обращения; этикет; сетевой этикет; китайский язык; русский язык; лингвокультура; тематическая группа.

## APPLICATION FORMS IN RUSSIAN AND CHINESE LANGUAGES: A COMPARATIVE ASPECT

*Vytovtova M. R.*

Kemerovo State University

This work is devoted to the theoretical and practical study of the forms of appeals in the Russian and Chinese languages on the basis of the thematic group "network etiquette". Using a comparative analysis, the article reveals the specificity of appeals in the studied linguocultures. The goal set within the framework of this problem is to determine the speech situations within which the forms of addresses in intercultural communication function. The object of our research is the forms of address in the Russian and Chinese languages, and the subject is speech situations in which the forms of address are used. To achieve our goal, the following tasks were set: to make a theoretical review of research on the problem of forms of appeal in intercultural communication; identify and describe thematic groups of forms of address in domestic and foreign linguistics; compare the implementation of "netiquette" in emails in Russian and

Chinese; carry out a comparative analysis based on the information collected. The material for the work was the etiquette vocabulary used in the Russian and Chinese languages. The sources of the study were dictionaries data and the results of a survey of speakers of the two languages represented. The results of the study can be used in the field of intercultural communication.

**Key words:** forms of appeals; etiquette; network etiquette; Chinese language; Russian language; linguoculture; thematic group.

В современной лингвистике формы обращения тесно связаны с правилами этикета. Под этикетом традиционно понимают «совокупность правил поведения, касающихся внешнего проявления отношения к людям (обхождение с окружающими, формы обращений и приветствий, поведение в общественных местах, манеры и одежда) [1, с. 5]. Правила этикета следует знать каждому носителю языка, чтобы диалог собеседников не привел коммуникативной неудаче. Под обращением (лат. *adversio* – направление мысли) в лингвистике понимается: «слово или словосочетание слов, называющее лицо, к которому обращена речь» [2, с. 465]. В пример можно взять обращения к незнакомцам в русской и китайской лингвокультуре. В Китае распространено понятие «先生» [xiānsheng] – “господин”. Тем временем, носители русского языка таким термином вряд ли воспользуются, но обращение «*молодой человек*» прозвучит достаточно актуально.

Пользуясь формами обращения в коммуникативном акте, важно помнить про их основную функцию: «Одной из основных функций обращения является социально-регулятивная, содержание которой определяется зависимостью выбора обращения от статуса и социальных ролей коммуникантов, отношений между ними, места и обстановки речевого акта» [3, с.76].

Исследователи отмечают, что «языковой этикет составляет функционально-семантическое поле единиц доброжелательного, вежливого общения в ситуациях обращения, привлечения внимания, знакомства, приветствия, прощания, извинения, благодарности и т. п.» [4, с. 173]. В языковом этикете выделяют следующие тематические группы: 1) ситуационный (ситуативный этикет); 2) профессиональный этикет; 3) светский (дипломатический) этикет; 4) этикет официально-деловой; 5) семейный этикет; 6) сетевой (электронный) этикет; 7) этикет в незнакомом обществе; 8) «Ты» и «Вы» обращение как одна из форм этикета.

Важно отметить, что с 80-х годов XX века наблюдался спад использования форм обращений в русском сообществе: «В современном русском обществе пропал сам статус обращения к человеку, и даже не только пропал, в некоторых случаях он даже не требуется, по идейным соображениям современной молодёжи» [5, с. 88]. Данный компонент потерял официальную форму. Мы считаем, что необходимо доказать актуальность обращений в настоящее время.

Рабочая гипотеза нашего исследования заключается в сборе нового материала, который позволит выделить особенности употребления форм обращений анализируемой тематической группы в разных лингвокультурных сообществах. Чтобы доказать выдвинутую нами гипотезу, был проведён лингвистический эксперимент в форме анкетирования среди русских и китайских студентов. Основная цель нашего эксперимента – это получение новой информации в сфере сетевого этикета среди различных тематических групп России и Китая. Для выполнения поставленной цели было опрошено 66 студентов в возрасте от 18 до 26 лет, среди которых было 40 девушек и 26 молодых людей. Образцы анкет для китайских и русских информантов представлены в приложениях №1 и №2.

## Приложение №1

### Образец анкеты для русских студентов

Уважаемые студенты!

Предлагаем принять участие в анкетировании.

Возраст

Пол

В коммуникативной культуре каждого народа присутствуют формы обращения. С их помощью мы изначально настраиваем собеседника на позитивный коммуникативный акт. Например, вариант обращения к незнакомому человеку в общественном транспорте в форме «**Будьте любезны**, передайте за проезд...» будет являться более корректным по сравнению с формой «**Парень**, передай за проезд».

Вашему вниманию предлагается анкета, в которой необходимо написать использованные вами формы обращения **в начале электронного письма (сообщения в социальной сети или мессенджере)** следующим категориям лиц: **друзьям / однокурсникам, родственникам, деловому партнеру, преподавателю (человеку выше по статусу) и любимому человеку (девушке или парню)**. Например, «Моя горячо любимая мама, я получила твое письмо...».

Пожалуйста, напишите свои варианты обращений для начала письменного обращения: 1) письмо для друга; 2) письмо для родственника (мама, папа, брат, сестра и т. д.); 3) письмо для преподавателя; 4) письмо для делового партнёра; 5) письмо для любимого человека (девушки, парня).

Приложение №2

### Образец анкеты для китайских студентов

尊敬的中国学生们！

请填写这张调查表。

岁数

性别

称谓形式在人类生活中有重要的作用。称呼帮助我们建立联系。请写下您写信时用的称呼(写短信时用的称呼): 1) 给朋友的信; 2) 给亲人的信 (妈妈, 爸爸, 哥哥, 妹妹, 姐姐, 弟弟); 3) 给老师的信; 4) 给伙伴的信; 5) 给爱人的信。

Важно отметить, что приведённые информантами варианты ответов показывают разнообразие использования обращений в электронном этикете. Обратимся к результатам нашего анкетирования.

Самым распространённым и вежливым способом вступления в общение является приветствие. Русскими носителями были даны следующие ответы: «Здравствуй», «Здравствуйте», «Привет», «Приветтики», «Доброе утро», «Добрый день», «Добрый вечер». Пожелав «Доброе утро» своему собеседнику, адресант акцентирует внимание на времени суток и настраивает адресата на положительный лад. Как отмечает исследователь А. Г. Балакай, форма обращения «Добрый...» является популярным этикетным выражением при приветствии русских людей [6]. Напротив, в китайском языке, приветствие как форма обращения ограничена. Например, утром, приветствуя коллегу, будет невежливо сказать ему «早上好» [zǎoshanghǎo] – «доброе утро», т.к. китаец считает данное обращение вторжением в свое личное пространство, достаточно сказать «你好» [nǐhǎo] – «привет».

Исследователи отмечают, что в обращениях к собеседнику выделяются три типа форм обращений: нейтральный, разговорный и официальный. Такие категории были обнаружены и во время анкетирования. Каждый из трёх типов применяется во всех тематических группах писем. Нейтральная форма обращений включает в себя обращения по имени, в полной или сокращенной форме: «Маи», «大为» [dàwei] – «Тавей» или с уменьшительно-ласкательным суффиксом – «Сонечка»; «товарищ», «родители», «朋友» [péngyou] – «друг», «父母» [fùmǔ] – «родители», «家人» [jiārén] – «члены семьи», «亲爱的» [qīn'ài] – «любимый», «老婆» [lǎopó] – «жена», «老公» [lǎogōng] – «муж», «甜心» [tiánxīn] – «возлюбленная» и т.д. Эти примеры относятся к обращениям по статусу. Разговорная форма обращений имеет более свободный характер, что демонстрируют ответы русских информантов: «Дружок-пирожок»,

«солнышко» - входят в группу прозвищ; «домашние» (в обращении к родственникам), «мой хороший», «моё самое ценное сокровище». Такие уменьшительно-ласкательные наименования дают люди, находящиеся в более близких отношениях. Обратимся к примерам обращений китайских студентов: «兄弟» [xiōngdì] – «братья» / «姊妹» [zǐmèi] – «сёстры» (не кровная связь), «伙计» [huǒjì] – «приятель», «喝酒的朋友» [hējiǔdepéngyǒu] – «друг, с которым можно выпить», «搞笑人士» [gǎoxiàoréntǔ] – «смешной человек», «宝贝» [bǎobèi] – «детка» / «малышка» (от англ. «baby»), «小花猫» [xiǎohuāmāo] – «котёнок», «哈尼» [hāní] – «милая» (от англ. «honey»), «闪光» [shǎn'guāng] – «блесточка». Официальная форма обращений более приемлема в общении с людьми высшего статуса: «Уважаемая Людмила Алексеевна», «Дорогой коллега». Также формы «Дорогой» / «Дорогая», «Любимый» / «Любимая», «尊敬的老师» [zūnjìngdelǎoshī] – «уважаемый учитель», «亲爱的伙伴» [qīn'àidehuǒbàn] – «дорогой партнёр» применяют к людям в ситуациях, когда хотят проявить почтение и уважение адресанту. Также в анкетах были даны варианты обращений к близким людям: «Дорогие родители», «Дорогая мама», «Любимый папа», «Любимые мои», «亲爱的朋友» [qīn'àidepéngyǒu] – «дорогой друг», «亲爱的爸爸妈妈» [qīn'àidebàbatāma] – «дорогие папа и мама».

Вместе с приветствием и обращением в начале своего письма адресант может выразить благодарность, например, у носителей китайского языка это является одной из популярных форм обращений: «Спасибо за предыдущее письмо», «我真的很谢谢你» [wǒ zhēndehēnxièxièni] – «я действительно благодарю вас», «谢谢你在课程帮助我» - [xièxièniǐzài kèchéngbāngzhùwǒ] «спасибо за помощь в учебе», «谢谢你的陪伴» [xièxièniǐdepéibàn] – «спасибо за то, что составили компанию». Также китайские информанты могут оповестить о том, что предыдущее письмо было получено – «Я получила твоё письмо позавчера»; описать основную цель своего письма: «Я получила ваш отзыв о моей курсовой работе». У носителей русского языка принято в начале сообщения интересоваться у своего собеседника: «Как у тебя дела?».

Некоторые обращения в китайском и русском языке взяты из английской лингвокультуры. Например, «宝贝» [bǎobèi] – «детка» / «малышка» (от англ. baby) или «哈尼» [hāní] – «милая» (от англ. honey). Для подтверждения этой мысли приведем примеры из русского языка: «baby» – «малышка» / «бейби» (в отношении любимой девушки) или «hello» – «хеллоу» / «привет» (приветствие собеседника).

Опираясь на результаты анкетирования, можно подвести итог. Тематическая группа «электронный этикет» на данный момент очень развита, по причине того, что молодое поколение в основном создает коммуникативный акт с помощью такой формы общения. Студенты отправляют электронные письма либо старшему поколению (преподаватели, родители), либо своим ровесникам (друзьям, возлюбленным). Особую этикетную группу составляют официально-деловые отношения (партнёр, коллега), но в таком случае важную роль играет критерий статуса, а не возраста. Перспектива нашей работы связана с дальнейшим сбором материала данной тематической группы, проведением такого же эксперимента среди носителей английского языка, сравнением данных анкетирования трёх лингвокультур.

### Литература и источники

1. Формановская, Н. И. Вы сказали: "Здравствуйте!" (Речевой этикет в нашем общении) / Н. И. Формановская. – М.: Знание, 1989. – 3-е изд. – 160 с.
2. Розенталь, Д. Э. Современный русский язык / Д. Э. Розенталь, И. Б. Голуб, М. А. Теленкова. – М.: АЙРИС-пресс, 1994. – 559 с.
3. Рыжова, Л. П. Обращение как компонент коммуникативного акта: дисс. канд. филол. наук / Л. П. Рыжова – Калинин. – 1982. – 148 с.

4. Слис, М. А. Социально-речевой этикет в русском и китайском языке / М. А. Слис // РГПУ им. А. И. Герцена. – 2017. – С. 173-175.
5. Долженко, Н. Г. Обращение в русском обществе и языке в диахроническом и синхроническом аспектах / Н. Г. Долженко, О. А. Векшина // Вестник Югорского государственного университета. – 2016. – Вып.1 (40). – С. 88-91.
6. Балакай, А. Г. Словарь русского речевого этикета / А. Г. Балакай. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : АСТ-ПРЕСС, 2001. – 672 с.

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

**УДК 81'373.49**

## **ЭВФЕМИЗМЫ ТЕМАТИЧЕСКИХ ГРУПП «БОГАТСТВО» И «БЕДНОСТЬ» В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ**

*Карпович П.В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[joyiess1@yandex.ru](mailto:joyiess1@yandex.ru)

Данная работа посвящена практическому исследованию эвфемизмов тематических групп «богатство» и «бедность» в русской и китайской лингвокультурах. Особый интерес в рамках поставленной проблемы представляет анализ и изучение отобранного материала в ходе проведения психолингвистического эксперимента, выявление национально-культурной специфики эвфемистических выражений, а также особенности эвфемистического сознания китайского и русского народов. Основным методом эксперимента было выбрано анкетирование, которое проходило в два этапа. Его целью было получение лингвистических данных относительно эвфемизмов тематических групп «бедность», «богатство» на основе конкретных речевых ситуаций. В статье раскрывается понятие «эвфемизм» с точки зрения отечественных и зарубежных лингвистов, а также приводится классификация китайских эвфемизмов материального положения по отношению к материалу, полученному от русскоязычных информантов, приводятся примеры ответов информантов, чтобы показать специфические особенности выделенных групп эвфемизмов. В качестве источников исследования использованы данные словарей и справочников. В ходе 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.

## **EUPHEMISMS OF THEMATIC GROUPS «POVERTY» AND «WEALTH» IN RUSSIAN AND CHINESE LINGUOCULTURES**

*Karpovich P. V.*

Kemerovo State University

This work is devoted to a practical study of euphemisms of thematic groups «wealth» and «poverty» in Russian and Chinese linguistics. Of particular interest within the framework of

319

the problem is the analysis and study of the selected material in the course of a psycholinguistic experiment, the identification of national cultural specificities of euphemistic expressions, as well as features of the euphemistic consciousness of the Chinese and Russian peoples. The main method of the experiment was a questionnaire, which was conducted in two phases. Its purpose was to obtain linguistic data regarding euphemisms of thematic groups «poverty», «wealth» on the basis of specific speech situations. The article explains the concept of «euphemism» from the point of view of national and foreign linguists, and also gives a classification of Chinese euphemisms of material situation in relation to material obtained from Russian-speaking informants, gives examples of responses of informants, to show the specific features of the selected euphemism groups. 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.

Лингвистический и культурный феномен, известный как эвфемизм, знаком многим ораторам как вежливый или косвенный способ выражения табуированной темы. Он используется в основном в качестве смягчающей тактики, чтобы обойти неприятные для слушателя ситуации, заменяя их альтернативными, более нейтральными формулировками или фразами. Оценивая состояние и степень разработанности эвфемизмов, следует отметить, что к проблемам определения эвфемизмов обращалось большое количество как отечественных, так и зарубежных учёных.

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» [1, с. 590].

Китайский исследователь Ли Цзинъи рассматривает эвфемизм (кит. 委婉语 [wěiwǎnyǔ] – тактичная речь) как языковую форму, используемую в межличностном общении для того, чтобы избежать смущения и добиться наилучшего коммуникативного эффекта [2, с. 1].

Рабочей гипотезой практической части нашего исследования является следующее утверждение: в процессе сбора и обработки материала будут получены новые эвфемистические единицы, ранее не представленные в лексикографических источниках. С целью подтверждения выдвинутой гипотезы был проведён психолингвистический эксперимент. Задачами первого этапа было изучить национально-культурные особенности эвфемии, а также рассмотреть применение эвфемизмов отдельных тематических групп в межкультурной коммуникации, задачами второго – сопоставить анализ результатов анкетирования и данных словарей; отобрать новый материал тематических групп «бедность» и «богатство», ранее не представленный в лексикографических источниках; провести наблюдение уровня эвфемистического сознания китайского народа.

Эксперимент проходил в два этапа: первый этап проводился с 30.10.2019 г. по 15.11.2019 г. В нём приняли участие 60 человек: 30 российских студентов Кемеровского государственного университета и 30 студентов китайских университетов. Средний возраст информантов составил 21 год, род деятельности – студенты. По времени анкетирование ограничено не было. Для достижения задач второго этапа анкетирования в период с 15.01.2021 г. по 17.01.2021 г. было опрошено 26 китайских студентов Цицикарского университета, анкета и условия задания аналогичны тем, что предлагались информантам на первом этапе.

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.

При анализе ответов носителей китайского языка (с опорой на второй этап анкетирования) по отношению к материалу, полученному от русскоязычных информантов, нами были выделены следующие группы эвфемизмов:

1. Эвфемизмы-аналоги – такие китайские эвфемизмы, при переводе которых их формально-семантическая структура совпадает со структурой эвфемизма русского языка. Во время анализа материала сопоставлялись ответы китайских носителей и единицы из «Словаря эвфемизмов русского языка» Е. П. Сеничкиной. Например, в работе Елены Павловны мы находим следующие альтернативы эвфемизмам, данных информантами: «стеснённый в средствах» [3, с. 408] – 手头不宽裕 [shǒutóu bù kuānyù], 手头比较紧 [shǒutóu bǐjiào jǐn]; «малоимущий» [3, с. 185] – 低收入者 [dī shōurù zhě]; «достаток» [3, с. 117] – 宽裕 [kuānyù], 富余 [fùyú], 足食丰衣 [zúshí fēngyī]; «социально не защищённые (слои населения)» [3, с. 402] – 弱势群体 [ruòshì qúntǐ].

2. Уникальные эвфемизмы – эвфемизмы, опознание (идентификация) формально-семантической структуры которых требует от слушателя / говорящего знаний истории, культуры, обычаев и традиций китайского народа (т.е. специфических, экстралингвистических сведений). К данной группе мы относим эвфемизмы с пометами «обр.», «букв.», «досл.», «сленг.», «пекин. диал.» (пекинский диалект), которые указывают на то, что такие единицы используются в языковой системе китайцев и носят устойчивый характер (т. е. непосредственно связаны с малыми фольклорными жанрами).

Эвфемизм 挥金如土 [huī jīn rú tǔ] *сорить деньгами, бросать деньги на ветер; транжирить* (букв.: *разбрасывать деньги словно грязь*) впервые упоминается в романе «Современное состояние чиновничества» китайского писателя Ли Баоцзя во времена династии Цин (1644 – 1911): «К сожалению, в то время был надменным и сорил деньгами, не знал им цену» [4]. Следовательно, мы видим, что некоторые из уникальных эвфемизмов появились ещё несколько веков назад и активно используются в речи носителей языка и на сегодняшний день.

Значение эвфемистического выражения 揭不开锅 [jiēbukāiguō] *невозможно поднять крышку котла; не открыть котелка* (обр. в знач.: *ничего есть; полная нищета; хоть шаром покати*) наглядно описывается в произведении Лу Яо (1949 – 1992) «Обыкновенный мир» [5]. Писатель повествует о невзгодах деревенской жизни: дефицит зерна поставил людей в затруднительное положение, кому-то удавалось просуществовать два месяца, а кому-то и вовсе нечем было питаться. Считается, что если кастрюля долгое время не используется для приготовления пищи, то она ржавеет, следовательно, нельзя поднять крышку котла.

3. Мы обратили внимание, что в ответах китайских информантов достаточно частотна стратегия иллюстрации примером / опоры на ситуацию (по Т. Ю. Сазоновой

[6]), которая также отражает эвфемистическую речевую способность китайцев и помогает описательно передать ситуации богатства / бедности. Советский и российский психолингвист А. А. Залевская считает, что речевая способность – это «самоорганизующаяся динамическая функциональная система, а специфика единиц лексикона выводится из закономерностей процесса речемыслительной деятельности и из особенностей переработки человеком разнородной информации об окружающем его мире при становлении слова как достояния индивида» [7, с. 54]. Для носителей других языков такие эвфемизмы являются уникальными, в то время как для китайцев они понятны, не требуют дополнительного контекста, ср.:

北京三环以内大别墅 [běijīng sānhuán yǐnèi dà biéshù] в Пекине на 3-ем транспортном кольце загородный дом. Третье транспортное кольцо Пекина – это скоростная автомагистраль, общей протяжённостью 48 километров, построенная ещё в 1950 году [8]. Цены на квартиры в районе 3-го транспортного кольца в Пекине сейчас составляют 10 тыс. юаней / квадратный метр (около 114 тыс. рублей). В связи с этим территориально приобрести загородный дом в этом месте могут позволить себе только обеспеченные люди. В русской лингвокультуре мы можем провести подобную параллель с проживанием в границах Московской кольцевой автодороги (МКАД).

В категории «другие ответы» представители китайского языка продемонстрировали два примера, находящиеся в рамках нашего исследовательского интереса в тематической группе «богатство»:

1) 我的同事在上海有生意 [wǒ de tóngshì zài Shànghǎi yǒu shēngyì] у моей коллеги бизнес в Шанхае. Общеизвестно, что город Шанхай является крупнейшим финансовым центром Китая и одним из ведущих в Восточной Азии и мире, что объясняет материальное положение владельца собственного дела в данном месте: высокая арендная плата помещения, налогов, выплата заработной платы рабочим и т.д. – все перечисленные аспекты требуют от человека финансовой стабильности.

2) У другого представителя китайской культуры богатство ассоциируется с определённым блюдом и местом: 在人民广场吃着炸鸡! [zài rénmin guǎngchǎng chī zhe zhājī] на Народной площади кушает жареного цыплёнка. Мы предположили, что такой ответ мотивирован экстралингвистическими знаниями анкетированного: оплатить жареного цыплёнка на Народной площади могут только обеспеченные люди (Народная площадь расположена в центре Шанхая и является политическим, экономическим, культурным и туристическим центром Китая).

По данным анкетирования наиболее многочисленной является группа уникальных эвфемизмов: 27 единиц. В группу эвфемизмов-аналогов вошло всего 4 единицы.

В ходе проведения двух этапов психолингвистического эксперимента нами были достигнуты поставленные цели, а именно: результаты анализа анкет китайских носителей позволяют сделать выводы о том, что эвфемизмы, имеющие лингвокультурный подтекст, наиболее употребляемы в коммуникации. Вследствие этого эвфемистическое сознание китайского народа имеет характерные отличия: устойчивость эвфемистических единиц, связь с историей и культурой Китая, ценностями китайцев и др. Сопоставление материала анкетирования и данных лексикографических источников показало, что в речи носители разных языков прибегают к тем эвфемизмам, которые не зафиксированы в словарях и справочниках. Этот факт говорит о необходимости расширения и дополнения отечественных и зарубежных лексикографических источников.

### Литература и источники

1. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – 2-е изд. – М.: Большая российская энциклопедия, 2000. – 688 с.

2. Цзинъи, Ли. Китайский эвфемизм и межкультурная коммуникация / Ли Цзинъи // Выпускная квалификационная работа магистра преподавателя китайского языка как иностранного. – Университет Сучжоу, 2014. – 44 с.
3. Сеничкина, Е. П. Словарь эвфемизмов русского языка / Е. П. Сеничкина. – М.: Наука: Флинта, 2008. – 464 с.
4. Поисковая система ZhidaoBaidu [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://zhidao.baidu.com/question/687685897956767884.html> (дата обращения: 29.03.2021).
5. Яо, Лу. Обыкновенный мир. – Китай, Пекинское октябрьское издательство литературы и искусства. – 1986. – 3 ч.
6. Сазонова, Т. Ю. Психолингвистическое исследование стратегий и опор идентификации слова [Электронный ресурс] / Т.Ю. Сазонова. – Режим доступа: [http://fccl.ksu.ru/winter.99/cog\\_model/](http://fccl.ksu.ru/winter.99/cog_model/) (дата обращения: 29.03.2021).
7. Залевская, А. А. Индивидуальное знание: специфика и принципы функционирования / А. А. Залевская. – Тверь, 1992. – 136 с.
8. Онлайн-энциклопедия на китайском языке Baidu Baike [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://baike.baidu.com/item/北京三环路/10645643?fr=aladdin> (дата обращения: 29.03.2021).

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

**УДК 81**

## **СИМВОЛИКА ЦИФР ВО ФРАЗЕОЛОГИЗМАХ РУССКОГО И КИТАЙСКОГО ЯЗЫКОВ**

*Курзанцева Е.Е.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет» (КемГУ)

E-mail: [elizavetkur@gmail.com](mailto:elizavetkur@gmail.com)

В данной статье освещаются результаты комплексного исследования структурно-семантических особенностей русских и китайских фразеологизмов, содержащих числа, а также особенностей ассоциативных рядов данных фразеологизмов, выявлены основные особенности языковых картин русского и китайского языков, проведён сравнительный анализ данных языков. В ходе написания статьи, посредством сопоставительного и психолингвистического метода, нами был изучен ряд фразеологических единиц, содержащих числовые компоненты. Идеи о необходимости изучения устойчивых сочетаний слов стали появляться ещё в конце XIX века. Исследование данного вопроса было проведено, поскольку в настоящее время оно является актуальным, во-первых, для решения проблемы изучения употребления нумеральных фразеологизмов в процессе межкультурной коммуникации, во-вторых, для уточнения значений некоторых фразеологических единиц. На данный момент область изучения фразеологических единиц находится в процессе развития, из-за чего сопоставительный анализ специфики категоризации действительности в данных лексических единицах может помочь структурировать уже имеющиеся, а также полученные ранее данные. Для построения наиболее четкой картины мира были использованы современные и исторические лексикографические источники информации, а также результаты опроса носителей русского и китайского языков.

**Ключевые слова:** сопоставительный анализ, категоризация, межкультурная коммуникация, языковая картина мира, фразеологизм, число.

## **SYMBOLY OF NUMBERS IN PHRASEOLOGICAL UNITS OF THE RUSSIAN AND CHINESE LANGUAGES**

*Kurzantseva E.E.*

Kemerovo State University

This article highlights the results of a comprehensive analysis of indicators of Russian and Chinese phraseological units, indicators of number, as well as analytical series of phraseological units, identifies the main features of the linguistic pictures of the Russian and Chinese languages, a comparative analysis of these languages. In the course of writing the article, through comparison and the psycholinguistic method, we studied a number of phraseological units, numerical components. Ideas about the need to study word combinations began at the end of the 19th century. The study of this issue was carried out, since it is relevant, firstly, to solve the problem of studying the use of numeral phraseological units in the process of intercultural communication, and secondly, to clarify some phraseological units. Data analysis. To build the clearest picture of the world, modern and historical lexicographic sources of information were used, as well as the results of a survey of native speakers of the Russian and Chinese languages.

**Key words:** comparative analysis, categorization, intercultural communication, linguistic picture of the world, phraseological unit, number.

«Впервые понятие языковой картины мира возникает в виде целостной концепции в трудах Вильгельма фон Гумбольдта, хотя истоками своим уходит в глубокую древность», – считает Л.П. Лобанова [Лобанова 2013: 22].

В современной лингвистике язык рассматривается как культурный код нации. Каждый язык отражает историю и культуру своего народа-носителя. Язык пронесит через время знания, полученные нашими предшественниками и позволяет нам «заглянуть» в их сознание и понять мировоззрение.

В современном представлении каждый язык отражает определённый способ восприятия и организации мира. Значения, выражаемые в нём, складываются в единую систему взглядов, которая используется в качестве обязательной всеми носителями языка.

Отличия между представителями различных культур проявляются во всех сферах жизни общества: от бытового уровня до исторического. Языковая картина мира определённого народа формируется на основе наблюдений над особенностями мировосприятия отдельных его представителей.

Картина мира отражает главные компоненты сознания человека – познавательный, эстетический и нравственный. Они находят применение в областях науки, искусства, морали и права соответственно. Опыт, полученный в ходе познания мира, создаёт и влияет на картину мира, а также регулирует поведение носителей данного языка.

В понятие языковой картины мира входят две разные, но связанные друг с другом идеи:

1. Картина мира, отражаемая в языке, отличается от научной картины мира;
2. Каждый язык «создаёт» свою собственную картину мира, отличающуюся от картины мира носителей другого языка.

Так как язык является одним из важнейших средств формирования картины мира в сознании человека, результаты познания мира находят отражение в словах и фразеологических единицах данного языка.

Значительные расхождения обнаруживаются при сопоставлении языковых картин мира разных народов. Смысл, заложенный в том или ином слове, воспринимается

говорящим как что-то очевидное, само собой разумеющееся. Таким образом, у говорящего возникает своего рода иллюзия о том, как устроен мир.

С давних пор число обладает не только номинативным значением, обозначая количество предметов, но и несёт в себе как отрицательную, так и положительную символику. Одни и те же цифры в разных культурах могут иметь различный культурный подтекст. Изучение отношения представителей разных культур к тем или иным цифрам помогает получить представление о сходствах и различиях культурного фона в процессе межкультурной коммуникации.

В современном представлении каждый язык отражает определённый способ восприятия и организации мира. Значения, выражаемые в нём, складываются в единую систему взглядов, которая навязывается в качестве обязательной всем носителям языка.

В ходе исследования был проведён анализ ассоциаций, связанных у носителей языка с определённым числом, определено понимание носителями языков значений числительных как отдельных единиц, так и в составе фразеологизмов, представлен сопоставительный анализ чисел в китайском и русском языках.

Общее количество опрошенных составило 33 человека, 18 из которых являются представителями русской языковой группы, а 15 – китайской. Информантами стали студенты КемГУ и 中国传媒大学 (Communication University of China) в возрасте от 18 до 27 лет.

На основании исследования был сделан вывод, что значения чисел во фразеологизмах китайского и русского языков имеют определённые различия. Для сравнения возьмём число два. Китайцы ассоциируют его с женским и мужским началами, обеспечивающими стабильность, порядок и гармонию во Вселенной (大门不出, 二门不迈 dàmén bù chū, èr mén bù mài - сидеть дома, никуда не выходя). В русской же культуре число два символизирует конфликт, различие, статичность, но в то же время и равновесие и стабильность (бабушка надвое сказала - неизвестно, сбудется ли то, на что рассчитывают). Однако, несмотря на различия в структурах данных языков, были выявлены и некоторые сходства. Так, например, число девять и в китайской, и в русской культурах имеет значение достижения чего-либо, целого, начала и конца. Например: 九死一生 jiǔ sǐ yī shēng – девять смертей, одна жизнь – пережить много трудностей; попасть в девятку – попасть безвыходное положение).

Рассмотрим сначала самую многочисленную группу нумеральных фразеологизмов – фразеологизмы с числом *один*. В русском языке число *один* означает начало: что-то неразделимое: все до одного (*все без исключения*), единство: жить под одной крышей (*жить в одном доме / квартире*), начало: перво-наперво (*сначала*).

В китайском языке число *один* (кит. 一 yī) имеет значение «начала», «единства всего», «небесного руководства». В более широком смысле это число может обозначать как положительное: 一丝不苟 yīsībùgǒu – «со всей ответственностью относиться к делу», так и отрицательное качество человека: 一窍不通 yīqiàobùtōng – «ни в зуб ногой».

Число *два* в составе фразеологизмов русского языка имеет значение зависимости: ум хорошо, а два лучше (при решении какого-то вопроса обращаются за советом к кому-нибудь, когда решают дело вместе), схожести: два сапога пара (один другого не лучше, по своим качествам похожи друг на друга).

У китайцев же число *два* (кит. 二 èr) ассоциируется с любовью: 忠贞不二 zhōngzhēn bùèr – «беззаветная преданность», балансом: 别无二致 biéwú èrzhì – «нет никакой разницы», семьёй: 家无二主 jiā wú èr zhǔ – «в семье не бывает двух хозяев».

Значимость числа *три* для русской культуры тесно связана с христианством и понятием Троицы, представляющей троеединство, поэтому данное число обозначает полноту, завершённость: третьего не дано (закон классической логики, состоящий в том, что из двух высказываний одно обязательно является истинным), воплощение духовного начала и основания мира: на трёх китах (покоиться) (три основных компонента чего-либо).

Для китайской культуры значение числа *три* (кит. 三 sān) заключается во взаимодействии трёх начал. *Тройка* является числом перемен: 约法三章 yuē fǎ sān zhāng – «установить основные правила», удачи и успеха: 好事不过三 – «дела идут как нельзя лучше», а также возможность и : 三人成虎 sān rén chéng hǔ – «ложь, повторенная тысячу раз, становится правдой».

В процессе анализа результатов, полученных в процессе анкетирования, нами были выявлены числа с наиболее схожими ассоциациями: один (一) и три (三); пять (五) и семь (七); шесть (六) и девять (九); восемь (八) и девять (九); три (三), четыре (四) и пять (五); два (二), три (三), шесть (六) и девять (九).

Исходя из полученных результатов, можно сделать вывод о том, что ассоциативные значения не всегда совпадают с коннотативными: два (в русском языке), три (三), четыре (в русском языке), шесть (六) (в китайском языке), восемь (八) (в китайском языке), девять (九) (в китайском языке), десять (в русском языке).

Таким образом, смысл, придаваемый числу в картинах мира разных языков, зависит от мировосприятия народа, говорящего на данном языке, а также истории происхождения числа. Также существуют большие семантические отличия в употреблении одних и тех же чисел в русском и китайском языках, вызванные различиями на культурном и религиозном уровнях. Знание данных различий и использование фразеологизмов в правильном контексте или ситуации поможет избежать недопонимания, предотвратить возникновение разногласий и разнообразить речь говорящего.

### Литература и источники

1. Аошуан, Тань Китайская картина мира: язык, культура, ментальность / Тань Аошуан. Москва, 2004. 240 с.
2. Березовская, Я. Л. Особенности картины мира носителей китайского языка / Я. Л. Березовская // Вестник Челябинского государственного университета. Челябинск, 2015. №27 (382). С. 20–25.
3. Жуйшуан, Чжу Содержание моральных ценностей в языковой картине мира (на материале китайского и русского языков): автореф. дис. ... кандидата филолог. наук: 10.02.19 / Чжу Жуйшуань. Москва, 2017. С. 24.
4. Замалетдинов, Р.Р., Замалетдинова, Г.Ф. Язык – культурный код нации и ключ к культуре всего человечества / Р.Р. Замалетдинов, Г.Ф. Замалетдинова // Филология и культура. Казань, 2012. №2. С. 49.
5. Скромных В. Э. Концепт числа в русской и китайской культурах с точки зрения фразеологических единиц // Молодой ученый. Казань, 2015. №18. С. 532-534.
6. Цзян С. О различиях в восприятии и употреблении числительных в русской и китайской культурах // Молодой ученый. Казань, 2014. №10. С. 549-551.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Булгакова О.А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

**РЕАЛИЗАЦИЯ ОППОЗИЦИИ «ЖИЗНЬ – СМЕРТЬ»  
В КИТАЙСКИХ И РУССКИХ ПРИМЕТАХ**

*Пашенцева А. В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[pashentseva-1999@mail.ru](mailto:pashentseva-1999@mail.ru)

Данная работа посвящена теоретическому и практическому изучению народных примет, структура которых включает оппозицию «жизнь – смерть» в русской и китайской лингвокультурах. Немалый интерес в рамках поставленной проблематики представляет изучение приметы как неотъемлемой части культуры народа, отражающей быт, традиции, историю и видение окружающего мира. Целью нашего исследования является изучение механизмов функционирования примет в сфере межкультурной коммуникации, а также сопоставление русской и китайской культур в лингвокультурологическом аспекте. В качестве источников исследования использованы данные словарей, справочников и научных работ, а также лингвистического эксперимента. Объектом данного исследования являются формы языкового выражения национальной приметы. В свою очередь, предметом является лингвокультурологическая характеристика национальной приметы. В ходе нашей работы были поставлены и решены такие задачи, как изучение теоретической основы исследования примет в лингвистике, ознакомление с типологией примет, сбор и анализ бытовых примет, структура которых включает оппозицию «жизнь – смерть» в сравниваемых языках; раскрытие лингвокультурных особенностей отобранного материала. Полученные результаты исследования могут быть использованы в сфере межкультурной коммуникации.

**Ключевые слова:** примета; китайский язык; русский язык; лингвокультура; тематическая группа; жизнь; смерть.

**IMPLEMENTATION OF THE "LIFE – DEATH" OPPOSITION IN CHINESE  
AND RUSSIAN OMENS**

*Pashentseva A. V.*

Kemerovo State University

This paper is devoted to the theoretical and practical study of folk signs, the structure of which includes the opposition "life – death" in Russian and Chinese linguistic cultures. Considerable interest in the framework of this problem is the study of omens as an integral part of the culture of the people, reflecting the way of life, traditions, history and vision of the surrounding world. The purpose of our research is to study the mechanisms of the functioning of the internet in the field of inter-cultural communication, as well as to compare aspects of Russian and Chinese linguocultures. Data from dictionaries, reference books, and scientific papers, as well as linguistic experiments, are used as research sources. The object of this study is the forms of linguistic expression of national signs. In turn, the subject is the linguoculturological characteristic of the national sign. In the course of our work, such tasks as the study of the theoretical basis for the study of signs in linguistics, familiarization with the typology of signs, collection and analysis of everyday signs, the structure of which includes the "life-death" opposition in the compared languages, were set and solved; disclosure of the linguistic and cultural peculiarities of the selected material. The results of the study can be used in the field of intercultural communication.

**Key words:** omens; Chinese language; Russian language; linguoculture; thematic group; life; death.

На данный момент изучение иностранных языков с целью использования их как средства для международного общения невозможно представить без глубокого и разностороннего знания культуры носителей этих языков, образа жизни, обычаев и традиций. Как отмечают лингвисты, «только сочетание этих двух видов знания – языка и культуры – обеспечивает эффективное и плодотворное общение» [1, с. 95]. Народные приметы являются ценным материалом для изучения языка и культуры той или иной нации. Несмотря на то, что приметы представляются наименее изученным фольклорным микрожанром, в последние годы они всё чаще становятся объектом научного исследования лингвистов. В настоящее время функционирует несколько значимых направлений в области изучения паремиологии: лингвокультурологическое (К. Р. Вагнер, М. А. Кулькова, С. В. Туганова), структурно-функциональное (Е. Г. Павлова), структурно-семантическое (Н. Н. Иванова, Т. С. Садова).

В наиболее интересующем нас направлении изучения малых фольклорных жанров – лингвокультурологическом – даётся следующее определение приметы: «Народные приметы представляют собой устойчивые конструкции, как правило, выражающие прогноз в отношении метеорологических явлений либо сельского хозяйства на основе эмпирического опыта этноса в результате длительного взаимодействия с окружающей средой» [2, с. 26]

Актуальность исследования заключается в малой разработанности темы: до сих пор лингвистический строй и отражение языковой картины мира, закреплённой в народных приметах, не подвергались достаточному специализированному рассмотрению, а также в возможности применения результатов исследования в процессе коммуникативного взаимодействия представителей разных лингвокультур. Так как процесс межкультурной коммуникации представляет собой специфическую форму деятельности, которая не ограничивается только владением иностранным языком, а требует также обширных сведений в области материальной и духовной культуры другого народа, нравственных установок, религиозных норм и человеческих ценностей. Знание примет, являющихся культурными единицами и отражающими быт и мировоззрение определённого народа, облегчает процесс взаимопонимания представителей разных наций.

Целью нашего исследования является изучение примет как ключа к пониманию культуры и мышления народа, а также сопоставление русской и китайской культур в лингвокультурологическом аспекте.

Как известно, существует огромное количество примет, именно поэтому для удобства исследования необходима их систематизация. Наиболее распространённым является разделение примет по тематическому (погодные (метеорологические), календарные и бытовые) [3, с. 235] и функциональному (приметы-запреты, приметы-предостережения, приметы-прогнозы и приметы-советы) признакам [4, с.5].

Предметом нашего исследования является лингвокультурологическая характеристика национальных примет, находящихся в оппозиции «жизнь – смерть». Хотелось бы отметить, что в собранном нами материале число примет-запретов и примет-предостережений, связанных со смертью, значительно превышает количество примет, связанных с жизнью и рождаемостью.

Структура примет-запретов эксплицируется без указания на явное следствие, т.е. излагается поступок, который запрещен. Результат (прогноз) нам неизвестен, но подразумевается, что он несёт негативный оттенок. Например: «*Беременным нельзя участвовать в похоронах*», «*不能把筷子插在米饭上 [Bùnénɡ bǎ kuàizi chā zài mǐfàn shàng] Нельзя вставлять палочки в рис*».

В свою очередь, приметы-предостережения образуются при помощи слова *нельзя*, повелительного наклонения глагола, неопределённо-личного или обобщенно-личного предложения. Результат (прогноз) является эксплицитным и также несет неблагоприятный, нежелательный оттенок. Например: «*Беременной нельзя смотреть на кровь и падаль, иначе ее ребенок может вырасти злым человеком*».

Также в китайской культуре встречаются приметы, основанные на склонности китайского языка к омонимии, например, «*不能送别人钟表 · 谐音“送终”*。 [Bùnéng sòng biérén zhōngbiǎo, xiéyīn “sòngzhōng”] *дарить часы – к смерти*». Наличие данной приметы в Китае объясняется тем, что «часы» произносятся по-китайски как [zhōng], а «дарить» - [sòng], в целом словосочетание «дарить часы» по-китайски будет звучать как [sòng zhōng], что означает «присутствовать на похоронах» [5, с. 96]

В китайской лингвокультуре можно обнаружить примеры примет, связанных с числами. Число 4 для китайцев, пожалуй, самое противоречивое для восприятия. С одной стороны, оно отражает четыре стороны света, четыре сезона года, однако, с другой стороны, число четыре является омофоном для слова «смерть», именно с этим связано наличие такой приметы, как: «*数字4不吉利, 谐音死*。 [Shùzì 4 bù jíli, xiéyīn sǐ] *число 4 – к смерти*» [1, с. 90]

Отдельную группу в китайской языке составляют приметы, актуальные только для определенной местности, например, *靠海边的江北人家吃鱼, 不能翻鱼身, 意为翻船, 不吉利的*。 [Zài kǎo hǎibiān de jiāngběi rénjiā chī yú, bùnéng fān yú shēn, yì wèi fānchuán, bù jíli de.] *в приморском городе Цзянбе нельзя переворачивать рыбу во время еды, иначе лодка рыбака перевернется*».

Обращение к методу направленной выборки помогло нам извлечь необходимый материал из словарей примет [6], а также из научных работ [7] согласно выбранной тематической группе бытовых примет, структура которых включает оппозицию «жизнь – смерть».

Рассмотрим примету «*голубь в окно влетит — быть пожару, или кому-нибудь умереть*». Наши предки очень трепетно относились к своему жилищу, еще до его постройки славяне уделяли особое внимание выбору строительного материала, они не брали деревья с дуплом, наростами или со стволом причудливой формы, так как считалась, что в таких деревьях обитает злой дух. Месту произрастания деревьев также уделялась большое значение: нельзя было срубить дерево на кладбище или в священной роще. Неудивительно, что с таким отношением к дому, люди напрямую проецировали происходящие в нём события на себя. Огромное внимание уделялось и сохранности несущих конструкций и предметов интерьера, считалось, что хозяин дома вскоре умрет, если крышу избы снесло бурей.

Практическую часть нашей работу составляет эксперимент в форме анкетирования, который проводился следующим образом: участникам предлагалось заполнить анкету и ответить на поставленные вопросы. Задания условно можно поделить на два блока, в первом анкетизируемым предлагался перечень из 10 примет тематических групп «жизнь» и «смерть». Участникам эксперимента было необходимо указать, знакомы ли им эти приметы, а также назвать варианты приметы, если такие были известны. Во втором блоке предлагалось сообщить известным информанту приметы по указанным тематическим группам. В эксперименте приняли участие 25 человек в возрасте от 18 до 25 лет одинакового уровня образования, проживающих в городах России (г. Кемерово, г. Анжеро-Судженск, г. Новосибирск, г. Москва).

Результаты анкетирования приведены в таблице № 1.

Таблица № 1.

	<b>Примета</b>	<b>Знакома</b>	<b>Незнакома</b>
	Если приснится, что выпал зуб — это к смерти	11	14

	близкого человека.		
	Голубь в окно влетит — быть пожару, или кому-нибудь умереть.	9	16
	Собака воеет – к покойнику.	12	13
	Нельзя брать вещи с кладбища, а то смерть накликаешь.	13	12
	Беременной нельзя заранее приготавливать белье для младенца, а то он жить не будет.	11	14
	Ловить рыбу руками во сне – к скорой беременности.	10	15
	Если в доме зеркало или часы упали — к скорой смерти близкого человека.	8	17
	Беременным нельзя участвовать в похоронах.	9	16
	Увидеть во сне усопшего, который зовет тебя к себе, – к скорой смерти.	13	12
0	Беременным нельзя вязать — младенец может обмотаться (пуповиной).	5	20

Значительную часть примет составили сновидческие приметы, ср.: «если снится, что умираешь – дольше жить будешь»; «увидеть во сне усопшего, который зовет тебя к себе – к скорой смерти»; «ловить рыбу руками во сне – к скорой беременности»; «видеть во сне кровь – к смерти»; «если живого человека во сне видеть мертвым – к перемене погоды» и др. В общей сложности 22, 7% собранных нами примет относятся к данной группе.

Отметим, что, как и в русском языке, в китайском также выделяется группа сновидческих примет: «梦见掉牙—家里有亲人去世。[Mèng jiàn diào yá-jīā li yǒu qīnrén qùshì] потеря во сне зуба — к смерти в семье».

В ходе теоретической и практической части нашего исследования, мы пришли к следующим выводам: примета, являющиеся отражением трудовой и духовной деятельности, культуры, быта и нравов народа, продолжает оставаться актуальной и по сей день. В русском и китайском языках приметы могут иметь как полные, так и частичные эквиваленты, что указывает на наличие общих и частных компонентов выражения национальной культуры

Перспектива нашей работы связана с дальнейшим сбором материала по выбранной тематической группе, рассмотрением функционирования приметы как фольклорного микрожанра на материале художественных фильмов.

### Литература и источники

1. Садохин А.П. Введение в теорию межкультурной коммуникации – М.: Высш. шк., 2005. – 95 с.
2. Кулькова, М. А. Когнитивно-смысловое пространство народной приметы: автореф. дисс. канд. филол. наук / М. А. Кулькова. – Казань, 2011. – 53 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. Гэн, Цзе. Бинарная оппозиция небо-земля в русском и китайском языках (на материале малых жанров фольклора) / Гэн Цзе: автореф. дисс. канд. филол. наук. – Казань, 2015. – 22 с.
5. Руженцева, Н. Б. Межнациональный дискурс: модель в контексте эпохи / Н.Б. Руженцева, Ю.А. Антонова. – Екатеринбург, 2013. – С. 93-96.

6. Никитина, Т. Г. Большой словарь примет / Т. Г. Никитина, Н.Н. Иванова, Е.И. Роголева. – СПб.: Наука, 2009. – 688 с.

7. 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 8123, 811.133.1**

**ОБЫДЕННАЯ СЕМАНТИКА БИОНИМОВ  
В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ  
(ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ЭКСПЕРИМЕНТА)**

*Петрокевич А.Н.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»  
alexandra.petrokevich@yandex.ru

Данное исследование включается в актуальную научную парадигму, связанную с изучением обыденного метаязыкового сознания, рассматриваемого в сопоставительном аспекте. Специфику исследования определяет его вовлечение в проблематику когнитивной лингвистики, которая ориентирована на изучение языковой картины мира, описание 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 «лиса». Ассоциативный портрет бионима «лиса», представленный в речи разноязычных информантов, обнаруживает его универсальные характеристики. Сделан вывод, что представители русской и китайской культур оценивают лису как хищное и дикое животное с красивой пушистой шерстью. Представители обеих лингвокультур воспринимают лису как хитрое животное, которое отличается своим ярким рыжим хвостом. В ассоциативных полях широко представлен аксиологический компонент, для представителей русскоязычной и китайской культур лиса является олицетворением хитрости и коварства. Различия обнаруживаются на фоне прецедентных текстов, которые фиксируют те или иные особенности и различия животного.

**Ключевые слова:** бионим, лингвокультура, языковая картина мира, метаязыковое сознание.

**EVERYDAY SEMANTICS OF BIONYMS IN RUSSIAN AND CHINESE  
LINGUISTIC CULTURES  
(BASED ON THE RESULTS OF THE EXPERIMENT)**

*Petrokevich A. N.*

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 specificity of the research is determined by its involvement in the problems of cognitive linguistics, which is focused on the study of the linguistic picture of the world, the description of 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 bionym "fox". The associative portrait of the bionym "fox", presented in the speech of multilingual informants, reveals its universal characteristics. It is concluded that representatives of Russian and Chinese cultures evaluate the fox as a predatory and wild animal with a beautiful fluffy coat. Representatives of both linguistic cultures perceive the fox as a cunning animal, which is distinguished by its bright orange fur. In associative fields, the axiological component is widely represented, for example, when representatives of Russian-speaking and Chinese cultures hear something about a fox, they immediately think about cunning and about its fur. The differences are found against the background of case texts that record certain features and differences of the animal.

**Key words:** bionym, linguoculture, language picture of the world, metalanguage consciousness.

Одной из основных проблем современной лингвистики является проблема изучения языковой картины мира. Собственно языковая картина мира – это языковые реалии, которые отражены в категориях языка, представлении разных лингвокультур о строении своего языка и процессах взаимодействия. Говоря другими словами, изображение того, каким образом в языке отражается мир, а также каким образом существует язык внутри языкового коллектива. Особую существенность для изучения языковой картины мира представляют лингвокультурологические исследования, которые выдвигают идею об особой роли языка в формировании картины мира, рассматривающие соотношение языка и языковой картины мира. Исследование языка с позиций когнитивной лингвистики дает возможность выявить специфику национального менталитета, так как язык отражает жизнь народа, но в то же время формирует сознание этноса [2, 3, 5, 6].

Целью данного исследования является выявление возможных различий и сходств в семантике бионима в русской и китайской лингвокультурах, на основании результатов ассоциативного эксперимента. Благодаря результатам эксперимента можно установить, есть ли особое символическое значение бионима «лиса» в данных лингвокультурах.

Фактологическую базу исследования составили материалы (всего 83 ассоциации) полученных анкетного опроса (40 русских и 45 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 «лиса»;
- 2) что обозначает данное слово (задание представлялось в форме типа лиса – это...);
- 3) заполните пропуск в предложениях типа он, она, они..., как лиса
- 4) напишите фразу с данным словом, которая сразу приходит вам на ум [1].

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.

Актуальность осуществляемого исследования связана с потребностью современной лингвистики в изучении обыденного метаязыкового сознания носителей языка, выявлением различий и сходств при восприятии бионима «лиса» в разных лингвокультурах.

Для представителей обеих лингвокультур самыми частотными ассоциациями, возникающими по отношению к биониму «лиса», являются слова: кит. 野兽 «дикое животное» (15/20, где в первом случае китайцы, во втором – русские). Однако наблюдается значительная разница в использовании слов: 狡猾 «хитрая» (5/20). Русскими информантами озвучены такие ассоциации, как хитрая (20), хищник (7), хищное животное (3), плутовка (6).

Говоря об поведенческих, представители обеих языковых групп имеют сходные мнения: лиса – это животное, которое 耍滑头 «хитрит» (5); для этого животного характерна 狡猾 хитрость (9), плутовство (5). Китайские испытуемые отмечают 阴险 «коварность» (3), 不坦率 «скрытность», 神秘 «таинственность», 莫名其妙 «загадочность».

Обе группы респондентов выделяют как среду обитания животного 森林 «лес» (6/8). Для обеих лингвокультур значим утилитарный аспект: ценный мех лисы, из которого делают воротники, шьют шубы.

Различия в языковой картине мира по результатам анкет проявляются в прецедентных текстах, представленных в виде отрывков из басен, сказок и персонажи сказок. Например, «сыр выпал и с ним плутовка была такова» (басня И.А. Крылова), «выгляди в окошечко, дам тебе горошечка» (русская народная сказка), Лиса Алиса (сказка А.Н. Толстого «Буратино»).

Обнаруживаются различия в мифологическом аспекте. У каждой культуры своя мифология, следовательно, образ лисы проявляется по-разному. В славянской мифологии лиса олицетворение коварной хитрости и вероломства. Красноватый мех лисы напоминает огонь, что позволяло относить ее к свите нечистой силы [4].

В китайской мифологии лиса 狐狸精 – лиса – оборотень, добрый или злой дух. Хули-цзин чаще всего представляются в виде молодых, красивых девушек. В китайской мифопоэтической традиции лиса считалась воплощением души мертвеца, и системе оберегов от неё придавалось особое значение. Встреча с Хули-цзин, как плохое предзнаменование, не сулила человеку ничего хорошего.

Таким образом, ассоциативное портретирование бионима «лиса» свидетельствует о достаточно однородной картине восприятия этого животного разными лингвокультурами. В представлении русскоязычных и китайских респондентов оценивают лису как хищное животное, которое отличается хитростью и вероломством. Это животное, отличающееся пушистой рыжей шерстью и потому имеющее утилитарное значение.

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. 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.

2. Голев, Н. Д., Дебринн М. Разноязычный сопоставительный словарь обыденной семантики бионимов: концепция, лексикографический проект и опыт его реализации / Н. Д. Голев, М. Дебринн // Вестник Новосибирского государственного университета. Сер. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2013. – Т. 11, вып. 2. – С. 80–92.

3. Голев, Н. Д., Ким, Л. Г., Стеванович, С. В. Разноязычный словарь как отражение славянского ментально-языкового единства и межкультурных различий / Н. Д. Голев, Л. Г. Ким, С. В. Стеванович // Русин. – 2015. – № 3 (41). – С. 39–54.

4. Кононенко, А. А. Энциклопедия славянской культуры, письменности и мифологии / А.А. Кононенко. – М.: ЛитРЕС, 2013. – 1920 с.

5. 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.

6. Лебедева, Н. Б. Обыденная семантика бионима «мышь» в русском, казахском, сербском и китайском языках (по результатам эксперимента) / Н. Б. Лебедева // Вестник Кыргызско-российского славянского университета. – 2017. – Т. 17, № 9. – С. 135–138.

*Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Рабенко Т.Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

**УДК 398.3**

## **МЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЕ ПРИМЕТЫ В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ**

*Понкратова А. М.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[pam20041999@yandex.ru](mailto:pam20041999@yandex.ru)

Данная работа посвящена теоретическому и практическому исследованию метеорологических примет, представленных в русской и китайской лингвокультурах. Особый интерес в рамках поставленной проблемы представляет изучение метеорологических примет как устойчивых вторичных репрезентаций в языковом пространстве, которые способствуют осмыслению базовых стереотипов языкового сознания. Цель исследования заключается в изучении национально-культурной специфики метеорологических примет, представленных в двух разноструктурных языках. В качестве источников исследования использованы научные работы, данные словарей и справочников. Материалом послужили метеорологические приметы в китайском и русском языках, разделенные по двух классификациям: лексико-семантическим группам в составе концепта «природа» (природные явления, животный мир, растительный мир и другие) и типам когнитивных моделей (живая природа → неживая природа, неживая природа → неживая природа, артефакт → неживая природа). В ходе данной работы были поставлены и решены такие задачи, как рассмотрение теоретической базы рассматриваемой проблематики; выявление корпуса метеорологических примет из паремиологического фонда китайского и русского языков; сопоставление способов лингвистической реализации китайских метеорологических примет с их аналогами в русском языке, раскрытие лингвокультурологического потенциала отобранного материала. Полученные результаты исследования могут быть использованы в сфере межкультурной коммуникации.

**Ключевые слова:** примета; метеорологическая примета; лексико-семантическая группа; когнитивное моделирование; русский язык; китайский язык.

## **METEOROLOGICAL SUPERSTITIONS IN THE RUSSIAN AND CHINESE LINGUACULTURES: COMPARATIVE ASPECT**

*Ponkratova A. M.*

Kemerovo State University

This paper describes theoretic and practical research of meteorological superstitions in the Russian and Chinese linguocultures. Particular interest of the research consists of studying

meteorological superstitions as stable secondary representations in the linguistic space, which contribute to the understanding of the basic stereotypes of linguistic consciousness. The purpose of the research is to study the national-cultural specifics of meteorological superstitions in two different structural languages. Scientific papers, dictionary databases and handbooks are used as a source for the study. The materials of the research are the meteorological superstitions in Chinese and Russian divided into two classifications: lexical-semantic groups in the concept of "nature" (natural phenomena, fauna, flora and others) and types of cognitive models (animate → inanimate nature, inanimate nature → inanimate nature, artifact → inanimate nature). In the process, tasks such as: studying the theoretical base of meteorological superstitions in the Chinese and Russian linguocultures; finding of the corpus of the meteorological superstitions from the paremiological fund of the Chinese and Russian languages; comparison of the methods of linguistic implementation of Chinese meteorological superstitions with their counterparts in Russian; the disclosure of the linguoculturological potential of the selected material are decided. The obtained results can be used in intercultural communication.

**Key words:** a superstition; a meteorological superstition; lexical-semantic groups; cognitive modeling; the Russian language; the Chinese language.

Когнитивный механизм зарождения фиксированных в коллективном сознании установок, в частности, народных примет, связан со многими ментальными процессами: символической категоризацией континуума окружающего мира, формированием эмоционально-оценочного компонента в отношении новых знаний и, как следствие, их органичным интегрированием в систему знаний уже имеющихся. Вышеописанная цепочка приметотворчества представляет собой общую кросскультурную модель, подчиняющуюся принципу универсальности для индивидов с любой национальной принадлежностью, однако наполнение каждого отдельного элемента данной цепи имеет частный национально-специфический характер. Исследование народных примет как устойчивых вторичных репрезентаций в языковом пространстве способствует осмыслению базовых стереотипов языкового сознания.

Метеорологические приметы тесно связаны с концептом «природа», который представляет собой базовую и универсальную категорию в национальной концептуальной картине мира. В данный макроконцепт инсталлированы шесть лексико-семантических групп (ЛСГ) или микроконцептов [1, с. 52-53]:

- 1) растительный мир;
- 2) животный мир;
- 3) природные явления;
- 4) человек и человеческая деятельность;
- 5) небесные тела;
- 6) ландшафты природы.

Перейдем к характеристике лексико-семантических групп, наиболее полно представленных в русском и китайском языках, с опорой на количественные и качественные показатели эмпирического материала, проиллюстрированного в статье «Погодные приметы в русской и китайской лингвокультурах: сопоставительный аспект» в прошлогодней серии данного сборника XV (XLVII).

ЛСГ «природные явления», «животный мир» и «растительный мир» по критериальному параметру частотности продемонстрировали наиболее высокие показатели в той иерархической последовательности от большего к меньшему, в которой перечислены. Теория лексико-семантических групп в составе макроконцепта «природа» коррелирует с предложенной нами классификацией метеорологических примет по опорному компоненту: компоненты-метеонимы (ЛСГ «природные явления»), компоненты-зоонимы и компоненты-орнитонимы (ЛСГ «животный мир»), компоненты-фитонимы (ЛСГ «растительный мир»). Такое распределение тематических

доминант характерно как для русского, так и для китайского языка, что уже определяет наличие начальной ступени сходства в когнитивности примет.

Формирование состава данных лексико-семантических групп в рассматриваемых языках происходит посредством лексических единиц, представляющих гиперонимические ряды, в которых ядерное семантическое положение занимают лексемы-гиперонимы общего характера «природное явление» (自然现象 *zìrán xiànxàng*), «растение» (植物 *zhíwù*) и «животное» (动物 *dòngwù*), а в качестве гипонимов выступают лексемы частного характера, номинирующие конкретные явления природы и представителей флоры и фауны.

В качестве иного вектора рассмотрения проблематики метеорологических примет обратимся к методу построения когнитивных моделей.

В настоящее время в лингвистической академической среде представлено несколько определений термина «когнитивная модель». Во-первых, когнитивная модель – это концепция, в которой язык рассматривается в качестве разновидности когнитивного процесса. Во-вторых, это ментальная модель понимания текста как результата естественной обработки языковых данных. И в-третьих, это характеристика процесса категоризации в естественном языке [2, с. 56-57].

Метод когнитивного моделирования в отношении народных примет можно реализовать посредством соотношения на разном уровне интеграции ключевых тем пропозиций (компонентов импликации). Данный исследовательский конструкт позволяет конструировать три типа когнитивных моделей, репрезентированных в метеорологических приметах, на базе которых в коллективном сознании приметоносителей категоризованы знания о закономерностях изменений погоды: 1) «живая природа → неживая природа»: «животные (птицы, рыбы, насекомые) → атмосферные осадки: дождь», «человек → ... дождь»; 2) «неживая природа → неживая природа»: «ветер → атмосферные осадки: дождь», «оптические явления (заря, облако, радуга, туман, туча) → ... дождь», «температура воздуха → ... дождь», «небесные тела → ... дождь», «водные пространства → ... дождь», «растения → ... дождь»; 3) «артефакт → неживая природа»: «дни календаря → атмосферные осадки: дождь», «вещества (дым, соль, табак) → ... дождь», «предметы → ... дождь» [3, с. 2].

При наложении данного метода построения когнитивных моделей на базу собранного языкового материала можно сделать следующие выводы. Вводные данные: общее количество погодных примет в китайском языке – 25 единиц, в русском языке – 16 единиц (данное число было образовано в результате обнаружения тех русских примет, которые является синонимичными или антонимичными китайским приметам). В китайском языке второй тип когнитивной модели («неживая природа → неживая природа») реализуется в 13 приметах, что позволяет справедливо утверждать, что данная модель наиболее актуальна в контексте метеорологических примет; первый тип когнитивной модели («живая природа → неживая природа») представлен в количестве 10 примет; третий тип когнитивной модели («артефакт → неживая природа») оказался наименее распространенным среди всего отобранного материала и встретился в 2 приметах. Иное распределение метеорологических примет обнаружено в картотеке русского языка: первый тип когнитивной модели представлен в 9 приметах, второй тип – в 6 приметах, третий тип реализован в 1 примете.

Таким образом, анализ метеорологических примет на базе теории о лексико-семантических группах, метода когнитивного моделирования и сравнительно-сопоставительного анализа позволил выделить общие и национально-специфические черты в сравниваемых лингвокультурах.

### Литература и источники

1. Кулькова, М. А. Семантика и прагматика немецких и русских народных примет (лингвокультурологический подход): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Казань, 2005. – С. 52-53.

2. Кубрякова, Е. С. Краткий словарь когнитивных терминов / под общ. ред. Е. С. Кубряковой. – М., 1996. – С. 56-57.

3. Васильев, В. П. Примета как культурно-ассоциативный слот метеонимического концепта. – Кемерово: Кемер. гос. ун-т, 2013. – 2 с.

*Научный руководитель – к. ф. н., доцент Денисова Э. С., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

УДК 81

## **СПЕЦИФИКА ПРОПОЗИЦИОНАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ФРЕЙМА «ДЕРЕВО» В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ**

*Попова В. А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[veronika.gabidullina@yandex.ru](mailto:veronika.gabidullina@yandex.ru)

В статье представлен анализ пропозиционально организованных семантических пространств фрейма «дерево» в китайском языке, определяется его роль в организации языковой картины мира данного народа. Статья вносит вклад в описание производной лексики в аспекте пропозиционально-фреймового моделирования, а также в изучение национальной языковой картины мира. Производная лексика является хранилищем для материалов, полученных в процессе познания окружающего мира. В основе данной лексики находятся суждения, то есть пропозиции, указывающие на особенности мировидения народа. Взаимосвязь производной лексики конкретного фрейма в очередной раз доказывает то, что наш мозг работает по аналогии. Сам же фрейм рассматривается как носитель культурно значимой информации и формируется универсальными культурными и ситуативными знаниями. Исходя из этого, изучение языковой картины мира китайцев не менее значимо для эффективности межкультурной коммуникации. На примере такого природного объекта, как «дерева», мы получаем информацию о восприятии этих объектов самим народом, то есть выявляем определенные, культурно обусловленные ассоциации. Более того, мы сравниваем те или иные реалии, находим сходства и отличия с родной культурой.

**Ключевые слова:** фрейм, пропозициональная структура, фреймовое моделирование, производная лексика, категоризация, национальная языковая картина мира.

## **THE SPECIFICS OF THE PROPOSITIONAL ORGANIZATION OF THE FRAME «TREE» IN CHINESE**

*Popova V. A.*

Kemerovo State University

The article presents an analysis of the propositionally organized semantic spaces of the frame «tree» in Chinese language, determines its role in organization of the linguistic picture of the world of the nation. The article contributes to the description of derived vocabulary in the aspect of propositional-frame modeling, as well as to the study of the national linguistic picture of the world. Derived vocabulary is a repository for materials obtained in the process

of learning about the surrounding world. At the heart of this vocabulary are judgments and that are propositions which indicate the peculiarities of the people's worldview. The interconnection of the derived vocabulary of a particular frame proves once again that our brain works by analogy. The frame is viewed as a carrier of culturally significant information and is formed by universal cultural and situational knowledge. Based on this, the study of the linguistic picture of the world of the Chinese is no less important for the effectiveness of intercultural communication. Using the example of such a natural object as «trees», we obtain information about the perception of these objects by the people and we have the chance to identify certain culturally determined associations. Moreover, we compare certain realities, find similarities and differences with our native culture.

**Key words:** frame, propositional structure, frame modeling, derived vocabulary, categorization, national picture of the world.

Как происходит наименование окружающих нас предметов? С помощью чего мы могли бы выявить специфику работы человеческого мозга? И, наконец, как это помогает нам приблизиться к пониманию не только родного, но и иностранного языка?

С появлением довольно нового направления – когнитивной лингвистики, становится проще искать ответы на столь актуальные вопросы. Мы выбрали в качестве ориентира пропозиционально-фреймовый подход. В любом языке производная лексика составляет большую часть словарного состава. Именно производные единицы в очередной раз подтверждают тот факт, что наш мозг работает по аналогии. Соответственно, мы можем понять, почему тот или иной объект имеет определенное наименование.

О.А. Корнилов говорит о том, что изучение любой культуры всегда будет несколько поверхностным в том случае, если в поле зрения обратившегося к культуре не окажется такого основополагающего компонента, как склад мышления нации, т.е. национальная логика мировосприятия и мирооценки [3]. Очень важно отметить, что на мыслительные процессы человека оказывает влияние не только внутренняя структура языка, но и культурные традиции того или иного народа. Каждый народ, опираясь на свой культурный опыт, видит мир через призму своей культуры и языка, в котором представлена эта культура. В данном случае речь идет о национальной языковой картине мира (НЯКМ). Национальная языковая картина мира – это видение окружающего нас мира определенным народом; его представления о природе, духовной стороне жизни, о других людях и о самом себе.

Мы представляем анализ пропозиционально организованных семантических пространств в китайской лингвокультуре на примере фрейма «деревья». На протяжении долгих лет человек познаёт окружающий мир, соприкасаясь с самыми существенными и жизненно важными реалиями. В такие основные реалии входят деревья, поэтому мы обратились к анализу фрейма «деревья», который для конкретного народа снабжён особыми характеристиками. По мнению профессора Томского государственного университета О. И. Блиновой, каждый народ по-своему видит один и тот же предмет, по-своему вычленяет те или иные его признаки, по-своему отражает их в словах [2].

Китайский язык более прозрачный, чем русский. Мы в очередной раз убедились в этом, когда делали сопоставительный анализ. В китайском языке большинство наименований деревьев образовано с помощью суффиксоида 树 [shù], который используется как самостоятельное слово (дерево) для обозначения любых деревьев и выполняет функцию суффикса в их наименованиях. То есть с помощью этого суффиксоида по одной и той же модели создается серия сложных слов.

Анализ фрейма «деревья» в исследуемом языке показал, что для него характерен определенный базовый набор слотов:

Цвет ствола;

Цвет листьев;  
Форма листьев/ иголок;  
Место произрастания;  
Использование плодов в качестве пищи человека.

Самой обширной оказалась последняя группа слов (использование плодов в качестве пищи человека). Наименование такого рода деревьев происходит по очень простой схеме. Приведем несколько примеров. Возьмем в качестве примера «грушевое дерево»: грушевое дерево у китайцев именуется 梨树 [lí shù] (梨 [lí] – груша, 树 [shù] – дерево), «дерево, на котором растут груши». Рассмотрим другой пример – «вишневое дерево»: вишневое дерево именуется 樱桃树 [yīngtáo shù] (樱桃 [yīngtáo] – вишня, 树 [shù] – дерево), «дерево, на котором растет вишня». Таким образом удалось выделить группу, в которую входит 10 составляющих. А ведь в русском языке происходит то же самое. Мы говорим: «грушевое дерево», при этом понимаем, что это дерево, на котором растут груши, вкусные фруктовые плоды.

Рассмотрим другой не менее интересный пример. Береза в китайском языке звучит следующим образом: 白树 [báishù] (白[bái] – белый, 树 [shù] – дерево), т. е. «белое дерево». Здесь делается акцент на таком признаке, как цвет ствола. Более того, в Китае произрастает береза как с белым цветом ствола, так и с черным. А как произошло наименование березы в русском языке? Иностранцам довольно трудно запомнить слова осина, береза, дуб... Это непроизводная лексика. Все дело в том, что у русского народа очень яркий ассоциативный фон. Для нас береза – это культурный объект. Многие поэты России уделяли особое внимание данному дереву, воспевали его. Вспомним строчки из стихотворения С. А. Есенина: «Белая береза под моим окном принакрылась снегом, точно серебром...». Береза очень часто ассоциируется именно с Россией.

Пропозициональная методика стала основой для моделирования не только актов деривации или отдельных участков словообразовательной системы, но и крупных единиц словообразования. Л.А. Араевой была разработана модель словообразовательного типа, основанная на категориях пропозициональной семантики. [1]

Так как мы говорим именно о природном объекте, существуют деревья, которые растут только в Китае. Хотелось бы в качестве примера взять такое дерево, как давидия. Его называют также «платочным деревом». Все дело в форме листьев, они имеют свернутый вид и светлый оттенок при цветении. Само же название данного дерева входит в состав непроизводной лексики (达维迪亚 [Dá wéi dí yà]).

Как мы видим, местоположение страны и климатические условия играют важную роль в наименовании природных объектов, также решающую роль в наименовании играет восприятие этих объектов самим народом, т. е. определенные культурно обусловленные ассоциации.

Проводя подобные анализы, мы окунаемся в другую культуру. Сравниваем те или иные реалии, находим сходства и отличия с родной культурой. Многие вещи нам изначально понятны, но иногда без помощи носителя языка нам не обойтись. Причиной тому являются традиции и обычаи, которые закладывались в сознании людей в течение долгих лет.

Таким образом, нам удалось ответить на три главных вопроса, которые мы поставили в начале данной статьи. Действительно, наш мозг работает по аналогии. Каждый предмет обладает определенными характеристиками. Сами же характеристики зависят от восприятия человеком данного предмета. В нашей работе очень важную роль сыграли местоположение страны, культурные стереотипы и отношение человека к природному объекту.

### Литература и источники

1. Араева, Л. А. Словообразовательный тип как семантическая микросистема (суффиксальные субстантивы) / Л. А. Араева. Кемерово: Кузбассвузиздат, 1994. 223 с.
2. Блинова, О. И. Язык как средство отражения мира/ О. И. Блинова // Картина мира: модели, методы, концепты: мат-лы всерос. Междисциплинарной школы молодых ученых «Картина мира: язык, философия, наука» (1-3 ноября 2001 г.). – Томск: Изд-во ТГУ, 2002. – С. 35-39.
3. Корнилов, О.А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов/ О. А. Корнилов. – М.: Изд-во МГУ, 1999. – 341 с.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Булгакова О. А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

УДК 81'1

## БИОНИМ «КУРИЦА» В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ОБЫДЕННОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ

*Степаненко Е. М.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[bakamitaio@yandex.ru](mailto:bakamitaio@yandex.ru)

В данной работе представлено исследование обыденной семантики бионимов, обозначающих птиц на примере бионима «курица» в русском и китайском языках. На примере бионима «курица» рассматривается включенность слова в национальную языковую картину мира, представляющую собой форму отражения культуры в сознании носителей языка. В работе используется метод лингвистического эксперимента, благодаря которому прослеживается связь обыденного языкового сознания и метаязыкового сознания – многоаспектного и функционально разнообразного явления когнитивной области языка и речевой деятельности. Полученные результаты могут быть использованы в учебных курсах по теории языка, когнитивной лингвистике, сопоставительной лексикологии для студентов лингвистических специальностей.

**Ключевые слова:** бионим, обыденная семантика, китайский язык, русский язык.

## BIONYM "CHICKEN" IN RUSSIAN AND CHINESE COMMON LINGUOCULTURES

*Stepanenko E.M.*

Kemerovo State University

This scientific novelty present a study of the common semantics of bionyms denoting birds using the example of the bionym "chicken" in Russian and Chinese. Using the bionym "chicken" as an example, the author examines the inclusion of the word in the national linguistic picture of the world, which is a form of culture reflection in the minds of native speakers. The work uses the method of a linguistic experiment, thanks to which the connection between everyday linguistic consciousness and metalanguage consciousness is traced - a multi-aspect and functionally diverse phenomenon of the cognitive area of language and speech activity. The results obtained can be used in training courses on language theory, cognitive linguistics, comparative lexicology for students of linguistic specialties.

**Key words:** bionym, common semantics, metalinguistic consciousness, Chinese, Russian.

Доклад посвящен сопоставительному анализу обыденной семантики бионимов, обозначающих птиц на примере бионима «курица» в русском и китайском языках. В докладе также рассматриваются результаты сопоставительного изучения двух национальных языковых картин мира через описание обыденной семантики.

Данный вопрос особенно актуален для всех тех, кто погружен в изучение китайского языка, его устройства и истории. Материал будет интересен людям, которые неравнодушны к особенностям культуры и этноса нации, и тем, кто желает посмотреть на мир иным взглядом.

Объектом данного исследования является обыденная языковая семантика бионима «курица» в русском и китайском языках. Предметом исследования выступает национально-культурное сходство и специфика значений данного слова в двух национальных языковых картинах мира.

Многие процессы в языке можно проследить путем рассмотрения языковой картины мира. Так как язык является отражением мышления и культурных особенностей, он также дает нам знания об истории нации. Важно не только воспринимать язык как средство, при помощи которого мы общаемся, достигаем поставленную перед нами цель, а также учитывать особенности его семантики.

Ниже приводится анализ полученного посредством лингвистического эксперимента материала. Анализируются такие важные для современной лингвистики понятия, как обыденная языковая и метаязыковая семантика и ее лексикографическое представление, помогающие нам понять и представить глубинные уровни семантики китайского языка.

В основе формирования фактологической базы исследования находится лингвистический эксперимент. При составлении анкеты для лингвистического эксперимента используется методика сбора материала, предложенная авторами «Словаря обыденных толкований русских слов» [СОТРС, 2012]. Образец анкеты представлен в приложении 1.

Информантам предлагалось выполнить четыре задания:

1. Назовите первое пришедшее вам на ум слово, после того как вы услышали или прочитали данное слово;
2. Что обозначает данное слово (задание представлялось в форме типа курица – это...);
3. Заполните пропуск в предложениях типа он, она, они..., как курица;
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 китайском языке.

В опросе приняли участие 13 русских респондентов в возрасте от 17 до 55 лет и 12 китайских респондентов в возрасте от 19 до 40 лет.

В ходе опроса были получены следующие реакции русских респондентов:

Первый вопрос: назовите первое пришедшее вам на ум слово, после того как вы услышали или прочитали данное слово: яйцо, бульон, бедрышко, цыпленок

Второй вопрос: что обозначает данное слово?

Курица – это: домашняя птица, несущая яйца и дающая мясо; курица - домашняя птица, живущая в деревне.

По ответам на первые два вопроса мы можем понять, что в русской культуре курица чаще рассматривается как домашняя птица, источник пищи, и остальные характеристики отходят на второй план.

Третий вопрос: заполните пропуск в предложениях.

Он пишет, как курица лапой. Они спорят, как куры в курятнике. Она с ним носится, как курица с яйцом. Она глупая как курица. Он слепой как курица, Она кудахчет как курица.

Четвертый вопрос: напишите фразу с данным словом, которая сразу приходит вам на ум

Курица несёт яйца, а мы их едим. Курица жена петуха. Пишет как курица лапой. Куриные мозги. Яйца курицу не учат. Курица не птица, женщина не человек.

В ходе опроса китайских респондентов были получены следующие ответы:

Первый вопрос: назовите первое пришедшее вам на ум слово, после того как вы услышали или прочитали данное слово: яйцо, мясо, петух, цыплята

Второй вопрос: что обозначает данное слово?

Курица – домашняя птица. Курица – заботливая птица, охраняющая своих птенцов. Курица – птица, от которой мы получаем мясо и яйца

Третий вопрос: заполните пропуск в предложениях

Он неприметный как курица. Он преданный как курица. Она заботливая как курица. Она толстая как курица

Четвертый вопрос: напишите фразу с данным словом, которая сразу приходит вам на ум

见卵求鸡 Jiàn luǎn qiú jī увидев яйцо, хочет целую курицу (планирует выгоду, когда дело еще не начато). 鸡肥不生蛋 (Jī féi bù shēng dàn) жирная курица не приносит яйца (о полной женщине). 鹤立鸡群 Hè lì jī qún стоит как журавль среди кур (выделяется умом, способностями). 嫁鸡随鸡 (Jià jī suí jī) курица всегда идет за петухом (о покорности жены).

Исходя из выявленных характеристик курицы, можно сделать выводы об универсальном и специфическом языковой картины мира каждой национальной группы.

Ассоциативное портретирование бионима «курица» свидетельствует о достаточно однородной картине восприятия этого животного разными лингвокультурами. В представлении русскоязычных и китайских респондентов курица оценивается в основном как домашнее животное, дающее мясо и яйца. Представители обеих лингвокультур сравнивают курицу с женщиной, через образ курицы в языке передается идея неравноценности полов.

Различия обнаруживаются на уровне прецедентных текстов, фиксирующих те или иные особенности животного и возникающего на основе метафорического переноса антропонима, а также некоторых ассоциаций: у китайских информантов курица часто воспринимается как заурядное, неприметное, верное животное. В русской же культуре курица отличается тем, что она глупая, неловкая, суетливая.

Анализ бионима «курица» в данных культурах позволяет обнаружить большое количество языковых средств, связанных с данным словом. Такое количество реакций показывает значимость данного бионима для каждой культуры.

Данное исследование требует дальнейшего изучения и выявления особенностей бионима «курица» в различных лингвокультурах. Изучение этой категории позволит лучше понимать ментальный мир других народов и взаимодействовать с ними более качественно и эффективно.

### Литература и источники

1. Лиши Ма, Зацепина К. Д., Сяоя Ло Концепт «курица и петух» в китайском языке с лингвокультурологической точки зрения // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: лингвистика и педагогика. 2018.

2. БКРС – Большой китайско-русский словарь (онлайн версия). URL: <https://bkrs.info/>

3. Лю Сини Орнитологический код русской и китайской лингвокультуры на примере слова «курица» // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2018.

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

**УДК 81-25**

**АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С СЕМАНТИКОЙ ЦВЕТА  
В РЕЧИ РУССКОГО И КИТАЙСКОГО НАРОДОВ**

*Терёхина М.С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

Mashater2000@mail.ru

Статья посвящена изучению русских и китайских фразеологизмов, в состав которых входят лексические компоненты, называющие цвета. Цель данного исследования – выявление наиболее употребляемых фразеологизмов с семантикой цвета у русских и китайцев и раскрытие особенностей их восприятия и функционирования. Для сравнения восприятия этих лексем носителями русского и китайского языков был проведён свободный ассоциативный эксперимент, в ходе которого выявлены наиболее употребляемые в повседневной речи фразеологизмы. Анализ фразеологизмов с семантикой цвета русского и китайского языков показал, что символика цвета в русском и китайском языках имеет как черты сходства, так и различия. Сходство проявляется в употреблении наиболее простых по смыслу фразеологизмов в повседневном общении, различие – в восприятии цветов из-за разных 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 особенностей восприятия и употребления данных фразеологизмов может проявиться в межкультурной коммуникации и затруднить диалог.

**Ключевые слова:** фразеологизмы, цвет, символическое значение, повседневное общение.

**ANALYSIS OF THE USE OF PHRASEOLOGICAL WORDS WITH SEMANTICS OF  
COLOR IN THE SPEECH OF THE RUSSIAN AND CHINESE PEOPLE**

*Terekhina M.S.*

Kemerovo State University

The article is devoted to the study of Russian and Chinese phraseology, which include lexical components, naming colors. The purpose of this study is to identify the most used phraseological units with semantics of color in Russian and Chinese and to reveal the peculiarities of their perception and functioning. In order to compare the perception of these lexemes by native speakers of Russian and Chinese, a free associative experiment was conducted, in which the most frequently used phraseological expressions in everyday speech were identified. The analysis of phraseological phrases with the semantics of color in the Russian and Chinese languages showed that the symbolism of color in the Russian and Chinese languages has both the features of similarity and differences. The similarity is manifested in the use of the most simple in meaning phraseological expressions in everyday communication, the difference is in the perception of colors due to different language pictures of the world of these peoples, determined by natural conditions, cultural and religious

traditions, as well as that tendency of nomination, which is the basis of the Russian and Chinese languages. Ignorance of these peculiarities of perception and use of these phraseological expressions can appear in intercultural communication and complicate the dialogue.

**Key words:** phraseologisms, color, symbolic meaning, communication

Цвет оказывает на человека сильное влияние, вызывает различные чувства, поэтому человек наделил цвет определёнными символическими значениями. Как утверждает О.В. Дубкова, цвет – это интересная и сложная проблема в китайском языке и культуре. В словах, обозначающих цвет, передаётся многовековой опыт китайского народа, его психосоматические особенности, географические условия, социально-экономические и культурно-исторические особенности страны [1, с.188].

Китайская культура считается «культурой цвета», и она сильно отличается от цветовой традиции европейских культур.

Различные чувства и переживания человека, возникающие в процессе познания природы, нашли отражение в языке в устоявшихся словесных комплексах, которые являются языковыми памятниками истории культуры народа. С точки зрения А. А. Залевской, в связи с этим стал необходим подход к значению, «выявляющий и объясняющий, что знает человек, когда он знает/полагает, что знает значение слова, какие процессы и их продукты связаны со становлением и функционированием значений у человека и о каких формах репрезентации значения в сознании индивида может идти речь» [2, с.98].

Фразеологизмы занимают важное место в лексике любого языка. Каждый язык имеет свои устойчивые словосочетания (фразеологизмы), которые обладают особой выразительностью и передают особенности образного мышления того или иного народа и отражают его национальную специфику в процессе коммуникации. Ведь именно они делают нашу речь не такой сухой, а помогают наполнить ее эмоциональностью и точностью. Фразеологизмы дают представление об образной системе того или иного языка, они отражают языковую картину мира народа. Поэтому знание образной основы фразеологизмов и особенностей их употребления имеет большое значение в межкультурной коммуникации.

Важное место в любой культуре занимает символика цвета. В данной работе мы рассматриваем употребление фразеологизмов именно с семантикой цвета. Для этого выделили основные цвета, которые входят в состав фразеологизмов русского и китайского языков: белый 白**ái**, черный 黑**hēi**, красный 红**hóng**, сине-зеленый 青**qīng** и желтый 黄**huáng**. Фразеологизмы со значением цвета содержат богатейшую национально-культурную информацию. Отношение к цвету у русского и китайского народов отличается. Владение информацией значимо для взаимопонимания и коммуникации носителей разных языков. Появление фразеологизмов обусловлено экономией речевых усилий: фразеологизмы позволяют одной фразой описать целую ситуацию, для описания которой потребовался бы целый текст. Одна и та же ситуация в разноструктурных языках будет отражена в разных пропозициях, потому что образы, которыми мыслят представители разных культур, сильно различаются.

Для того, чтобы выяснить, какие же фразеологизмы с семантикой цвета являются наиболее употребляемыми в России и Китае соответственно, мы провели опросы. Самые распространенные ответы китайских респондентов были:

白**ái** белый:

- 白衣胜雪**báiyī shèngxuě**- простолюдин, человек без титула, прислуга.
- 白雪皑皑**báixuě áiái**- белоснежный (в основном для описания пейзажей со снегом и инеем).

• 白手起家**baishǒu qǐjiā** - начинать с нуля (обр. в знач.: создать своё благополучие собственным трудом; создавать на пустом месте) [3].

• 黑白分明**hēi bái fēn míng** - ясно различать, где белое, где чёрное (добро и зло, ложь и правда).

• 白头偕老**báitóu xié lǎo** живите вместе до старости! (пожелание длительного счастливого брака).

19. => белый цвет ассоциируется с низким происхождением, нищетой; с началом, с добром, с долголетием, с ясностью и осознанным пониманием.

#### 黑hēi чёрный:

• 昏天黑地**hūn tiān hēi dì** - хаотичный, безалаберный, сумбурный; бесшабашный.

• 黑灯瞎火**hēi dēng xiāhuo** - кромешная тьма, ни зги не видно, в потёмках.

• 人老珠黄**rén lǎo zhū huáng** - постареть, состариться.

• 漆黑一团**qīhēi yītuán** - полное невежество.

20. => чёрный цвет ассоциируется с темнотой (в прямом и переносном смысле), со старостью, с суматошностью и с невежественностью.

#### 红hóng красный:

• 灯红酒绿**dēng hóng jiǔ lǜ** - разгульный, бесшабашный, развратный.

• 面红耳赤**miàn hóng ěr chì** - покраснеть до корней волос; побагроветь; залиться краской, покраснеть до ушей, раскраснеться.

• 红红火火**hónghóng huǒhuǒ** - процветающий( о бизнесе).

21. => красный цвет ассоциируется со стыдом, с безнравственностью и открытостью, а также с успехом (если говорят о работе/бизнесе).

#### 青qīng сине-зеленый:

• 炉火纯青**lúhuǒ chúnqīng** - высшая точка, апогей, верх совершенства.

• 青梅竹马**qīng méi zhú mǎ** - о детской непосредственности и чистоте, о дружбе с детства.

• 名垂青史**míngchuí qīngshǐ** - оставлять след в истории; вечная слава; входить в историю; войти в историю.

22. => сине-зеленый цвет ассоциируется с чистотой и непорочностью, с успехом, с пользой и с совершенством.

#### 黄huáng желтый:

• 面黄肌瘦**miàn huáng jī shòu** - быть истощённым недоеданием; голодный и болезненный вид; Русский эквивалент - кожа да кости.

• 飞黄腾达**fēihuáng téngdá** - сделать стремительную карьеру; быстро пойти в гору; получить важную должность, преуспеть.

• 信口雌黄**xìnkǒucíhuáng** - болтать зря, выдумывать; безответственная болтовня, наглая ложь.

23. => желтый цвет ассоциируется с голодом, с ложью, а также с быстрой карьерной лестницей (это цвет успеха, т.к. это цвет императоров).

Для русскоязычных респондентов наиболее распространённые ответы были следующие:

#### Белый:

• Белая ворона - о человеке, резко отличающемся от других своим поведением или поступком.

- Белая горячка – алкогольный психоз: тяжелое психическое состояние, сопровождающееся бредом [4, с. 153].

- Белый воротничок - обозначение наемного работника, занимающегося умственным трудом.

- Довести до белого каления - довести до крайней степени бешенства.

- Средь бела дня - у всех на виду.

24. => белый цвет ассоциируется с болезнью, крайней степенью гнева, с занятием умственным трудом, с резким отличием от окружающих, с открытостью и нахождением на виду.

#### Черный:

- На черный день - в расчете на более трудные времена.

- Черным по белому - совершенно ясно, вполне определенно.

25. => черный цвет ассоциируется с безопасностью, с ясностью и осознанным пониманием.

#### Красный:

- Красный день календаря - выходной день

- Красная девица - о красивой девушке

26. => красный цвет ассоциируется с женской красотой и неуязвимостью, а также с отдыхом и свободными от работы днями.

#### Синий:

- Гореть синим пламенем - потерять надежду

- На блюдечке с голубой каемочкой- получить что-либо, не прикладывая особых усилий.

- Голубая кровь – аристократия.

27. => голубой цвет ассоциируется с высоким статусом, с получением чего-либо из-за статуса (без усилий); синий же ассоциируется с утратой желания что-либо продолжать делать, не верить в свои силы.

#### Зеленый:

- Зеленый патруль - люди, охраняющие лес.

- Еще зеленый - о молодом, неопытном человеке.

- Зеленая тоска - о невыносимой скуке.

28. => зеленый цвет ассоциируется с описанием людей, которые причастны с экологии, со свежестью и молодостью людей, со скучными занятиями.

#### Желтый:

- Желтая пресса - обозначение печатных изданий по низкой цене.

29. => желтый ассоциируется с дешевой прессой

Исходя из полученных данных, мы можем заметить, что семантика цвета во фразеологизмах китайского и русского языков имеет значительные различия. Например, в китайском языке фразеологизмы с компонентом 青 qīng сине-зеленый несут значения успеха и совершенства. В русском же языке нет такого смысла в идиомах, содержащих компонент зеленый. Однако есть и такие фразеологизмы, в которых значение цвета идентично в обоих языках. У большинства народов отношение к белому и черному цвету сходно. И это нетрудно понять: белый цвет — цвет дня, черный — ночи. Отсюда и связь белого цвета с добрым, с добром, а черного — со злом. Несколько фразеологизмов включают в свой состав как черный, так и белый цвет (черным по белому, 黑白分明 hēi bái fēn míng - ясно различать, где белое, где черное). В Китае белый цвет 白 bái олицетворяет запад – место, где царит беспорядок. Этот цвет противоречив: часто несет в себе траурный смысловой оттенок, а также ассоциируется с пустотой, отсутствием чего-либо, например, 穿白 носить траурное платье, быть в трауре; 一片白地 голая земля, опустошенная равнина.

Собранный и проанализированный нами материал послужит базой для дальнейшего полного сравнения данных языковых картин мира, чтобы наиболее точно определить сходства и различия в употреблении фразеологизмов с символикой цвета.

#### **Литература и источники**

1. Дубкова О.В. Цвет в китайском языке и культуре // Бытие и язык. Новосибирск, 2004.
2. Залевская А.А. Значение слова через призму эксперимента: монография. – Тверь: Твер. Гос. Ун-т, 2011.
3. Готлиб О. М. Му Хуаин. Китайско-русский фразеологический словарь. Около 3500 выражений. 2-е изд., стереотип. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2019.
4. Федоров А.И. Фразеологический словарь русского литературного языка М: Астрель: АСТ, 2008. - 878 с
5. 大БКРС [Большой китайско-русский словарь онлайн] [Электронный ресурс]. — URL:<https://bkrs.info/>.

*Научный руководитель – к. филол. н., доцент Булгакова О.А., ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»*

**УДК-811.5**

### **СЕМАНТИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО ОБРАЗА ЖЕНЩИНЫ В ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА (НА МАТЕРИАЛЕ КИТАЙСКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ)**

*Хреновская М. С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[mkhrenovskaya@gmail.com](mailto:mkhrenovskaya@gmail.com)

Данная статья посвящена раскрытию образа женщины через моделирование его семантического пространства на материале фразеологии китайского языка с позиций лингвокультурологии. Образ женщины в языковой картине мира носителей китайского языка выступает объектом настоящего исследования. Предмет исследования – это особенности семантического пространства образа женщины, занимающего одно из важнейших мест в лингвокультуре китайцев. В работе приводится классификация отобранных фразеологических единиц, описано семантическое своеобразие фразеологизмов каждой группы. В ходе анализа смыслового содержания устойчивых выражений были

получены результаты, позволившие выявить традиционные ракурсы восприятия женщин в народной китайской культуре. В заключении приводятся перспективы исследования.

**Ключевые слова:** представления о женщине, фразеологизмы, семантика, языковая картина мира, китайский язык, лингвокультура.

## THE SEMANTIC SPACE OF A WOMAN'S IMAGE IN LINGUISTIC PICTURE OF THE WORLD (BASED ON CHINESE PHRASEOLOGY)

*Khrenovskaya M. S.*

Kemerovo State University

This article is devoted to the disclosure of the woman's image through the modeling of its semantic space based on the phraseology of the Chinese language from the standpoint of cultural linguistics. The image of a woman in the linguistic picture of the world of Chinese speakers is the object of this study. The subject of the research is the features of the semantic space of the image of a woman, which occupies one of the most important places in the linguistic culture of a given nation. The work provides a classification of selected phraseological units, describes the semantic uniqueness of phraseological units of each group. In the course of the analysis of the semantic content of set phrases, the results were obtained that made it possible to identify the traditional perspectives of the perception of women in the Chinese folk culture. In the conclusion, the prospects for the study are given.

**Key words:** linguistic picture of the world, phraseology, semantic space, Chinese, woman's image, linguoculture.

Интерес к фразеологизмам особенно усилился в последнее десятилетие, что связано с возникновением лингвокультурологии – направления лингвистики, изучающего проявление культуры народа, закрепившееся в языке с помощью его единиц. Прежде всего ученые обращают внимание на понятие «языковая картина мира». Именно лингвокультурология предполагает, что языковая картина мира отражается во фразеологизмах. Единого мнения относительно фразеологизмов нет, однако исследователи сходятся в одном: идиомы отражают уникальность и специфику определенного языка [1]. Вычленение и учет всех культурных смыслов имеющихся идиом позволяет объяснить степень важности присутствия фразеологии в языках – обеспечение разнообразия, возможность синонимизации без потери красочности высказывания [2].

В настоящее время многое по отношению к женщине в Китае изменилось в связи с постепенным расшатыванием патриархальных устоев государства: она больше не обязана сидеть дома, ухаживая за детьми, любить готовить и убираться. Стандарты ее красоты также подверглись серьезной трансформации. Женщинам отводится важная роль в разных сферах общества [3]. Однако благодаря ресурсам устного народного творчества и фразеологическому фонду можно выявить традиционные представления о женщине, ее роли и месте в культуре, раскрыть архаичный образ женщины, сформированный в народном сознании китайцев.

В статье раскрывается образ женщины, который сформировался в языковой картине мира китайцев и стал частью ее семантического пространства. Объектом исследования является образ женщины, представленный посредством фразеологизмов китайского языка. Предметом исследования выступают особенности семантического пространства образа женщины, занимающего важное место в формировании национально обусловленной языковой картины мира представителей китайского этноса. Семантическое своеобразие и уникальность фразеологизмов определяет их роль в создании образа женщины в языке, а также в какой-то степени раскрывает жизненный уклад носителей китайского языка. Анализ семантического наполнения фразеологизмов, отражающих представления о

женщинах, на наш взгляд, позволяет увидеть культурную значимость и коммуникативную востребованность отобранных единиц.

Стоит отметить, что во фразеологизмах, описывающих образ женщины по тому или иному признаку, не всегда употребляется иероглиф, обозначающий принадлежность объекта женскому полу, – 女(*nǚ*), 姑娘(*gūniang*) и другие. Зачастую используются те предметы, которые так или иначе имеют отношение к женщине (румяна, юбка и др.), или же употребляются названия самок животных (львица, змея), в то же время в данной работе мы будем наблюдать идиомы, которые с первого взгляда нельзя отнести к женщине, однако из-за черт характера, описываемых ими (нежность, красота, ласка), можно догадаться, что речь идет о женщине.

Материалом для исследования послужили 70 фразеологических единиц, участвующих в формировании образа женщины и отражающих отношение носителей языка к ней. Этот материал был получен путем сплошной выборки из китайско-русского словаря [1] и электронного ресурса [2]. Выбор указанной группы фразеологизмов обусловлен тем, что, во-первых, данный материал позволит расширить информацию о языковой картине мира китайцев, покажет ее семантическую специфику, во-вторых, решение вопроса о роли женщины в обществе, актуальный и для современных китайцев, оказывается значимым в контексте формирования национальной лингвокультуры.

Семантико-структурный анализ собранных нами китайских фразеологизмов позволил разделить их на несколько групп, во главе каждой из которых стоит определенный признак, который объединяет единицы внутри. Были обнаружены следующие параметры классификации: внешность, наличие или отсутствие замужества, характер. В отдельную группу можно отнести фразеологизмы, где субъектом действия, направленного на женщину (объект), является мужчина.

В структуре фразеологизмов первой группы мы обнаружили семантический компонент 红(*Hóng*), обозначающий красный цвет и являющийся признаком привлекательности, живости, счастья; например 红裙(*Hóngqún*) – красная юбка, или 红粉(*Hóngfěn*) – румяна да белила – оба варианта переводятся как «красивая девушка». Еще одной составляющей фразеологизмов, описывающих прекрасных женщин, является 玉(*yù*) – яшма, полудрагоценный камень. Фразеологические единицы, содержащие в себе данный иероглиф, подчеркивают ценность и уникальность красивых женщин, вне зависимости от положения в социуме: 香消玉减(*xiāngxiāoyùjiǎn*) – аромат исчезает, яшма тускнеет – постепенно увядающая женская красота, 小家碧玉(*xiǎojiābìyù*) – яшма в бедной семье – красивая девушка в бедной семье, 冰肌玉骨(*bīngjīyùgǔ*) – ледяное тело, яшмовые кости – красота женского тела. Помимо компонента, обозначающего яшму, во фразеологизмах, описывающих красоту женщин, встречается компонент, называющий изумруд 翠(*cùi*) – 翠消红减(*cùixiāohóngjiǎn*) – изумруды исчезли, красота поблекла – исчезнувшая женская красота.

Нередко для описания женской красоты используется сравнение с природой, которое помогает понять всю загадочность образа: 螭首蛾眉(*qínshǒu é méi*) – лоб цикады, брови ночной бабочки – писаная красавица, 林下风范(*línxiàfēngfàn*) – в манере тихого леса – идеал женского очарования и прелести, 皓齿蛾眉(*hàochǐ é méi*) – белые зубы, брови как ночная бабочка – краса-девица, 衣香鬓影(*yīxiāngbìnyǐng*) – ароматы одежды, тени прически – изысканно одетая женщина, 沉鱼落雁(*chényúluòyàn*) – рыба погрузилась вглубь, гусь опустился на землю – девичья красота, перед которой невозможно устоять, загадка достигается путем использования слов «тихий», «ночная», «тени».

Однако тех, кто не соответствует стандартам красоты, называют, например, 容貌丑陋之女(*Róngmào chǒulòuzhīnǚ*), где 貌丑(*mào chǒu*) значит безобразный, отвратительный, а 丑陋(*chǒulòu*) – уродливый, непривлекательный, гадкий, ужасный: экспрессия в данном

фразеологизме достигается с помощью использования двухконструкций, которые показывают абсолютную непривлекательность определенной женщины.

Во фразеологических единицах второй группы особое внимание уделено женщинам, не имеющим мужа: 老姑娘(Lǎogūniáng) – старая дева и 老处女(lǎochǔnǚ) – старая дева. Их можно считать синонимами, поскольку отличие есть лишь в иероглифах, обозначающих женщину: 姑娘(gūniáng) и 处女(chǔnǚ), а 老(lǎo) значит старый. Остаться без мужа – 嫁不出去(jiàbùchūqù) – не успеть или не суметь выйти замуж.

Фразеологизмы следующей группы содержат в себе иероглифы, обозначающие мифических существ или представителей потустороннего мира. Злых женщин в Китае называют 泰妇(Tàifū) или 罗刹女(luóchànǚ) – женщина-вампир, где 罗刹(luóchà) из санскрита *ракшас* – это демон, пожирающий людей и несущий разрушения. В то время как истеричных женщин характеризуют как 患瘵病的女人(huànyìbìngdenǚrén). Здесь 患(huàn) употребляется в значении *страдать*. Также женщины со скверным характером ассоциируются с животными – 河东狮吼(hédōngshīhǒu) – Рев жэдунской львицы – сварливая, ревнивая жена скандалит с мужем. Еще одним животным, с которым сравнивается женщина со скверным характером, оказывается змея. Например, фразеологизм 毒蛇妇(dúshéfū) переводится как *гадюка* или *ядовитая змея*.

Следует упомянуть и те фразеологизмы, которые описывают женщину с покладистым характером: 蕙心兰质(huìxīnlánzhì) – сердце орхидеи, сущность орхидеи – добрая, прелестная женщина, 飞鸟依人(fēiniǎoyīrén) – залетевшая птичка жметя к людям – ласковый, нежный и кроткий вид у девушки. В данных фразеологизмах женщина сравнивается с объектами природного мира (цветок, птица), что делает ее образ таким же чистым и невинным, открытым и созидющим.

Идиомы из последней группы говорят нам об отношении мужчины к женщине, а также о роли последней во взаимоотношениях между двумя людьми: 夫唱妇随(fūchàngfùsuí) – муж запоем, жена подхватывает – семейная гармония, благополучие, 夫人裙带(fūrénqúndài) – повязка от юбки жены – муж, делающий карьеру благодаря жене, 夫荣妻贵(fūróngqīguì) – мужу почет и жене уважение – почести мужа достаются и жене, 倾城倾国(qīngchéngqīngguó) – покорять города и разрушать государства – бесподобная, несравненная женская красота, 惜玉怜香(xīyùliánxiāng) – любить яшму и беречь аромат – бережно, внимательно, нежно относиться к женщине. Женщины, судя по данным фразеологизмам, побуждают мужчин сворачивать горы, бороться за их красоту, чистоту и беречь их. Помимо этого, представительницы «слабого пола» стоят наравне с мужчинами, а иногда даже способствуют их успеху, в данном случае подходит выражение «за каждым великим мужчиной стоит великая женщина».

Проведя анализ фразеологических единиц, мы обнаружили культурно значимые ракурсы восприятия женщины, выделили набор ситуаций, в которых она участвует. Женщина может выступать в качестве жены – сварливой или же покладистой, приобретать разные черты характера, даже диаметрально противоположные по значению (робость или грубость, нежность или ярость, милосердие либо злость). Становится очевидным, что замужество для китайской женщины оказывается единственным вариантом того, как можно прожить жизнь; иначе ее будут сопровождать одиночество и несчастье. Красивая женщина является святой, яркой, манящей, она счастлива сама и принесет счастье другим, а непривлекательная воспринимается в несколько раз хуже, чем она на самом деле есть, ее образ утрируется в глазах окружающих, она становится слишком некрасивой. Женщина, обладающая склочным характером, представляет собой демона, который поедает души людей. Итак, женщина в Китае должна быть красивой, иметь мужа и быть покладистой и послушной, иначе она обречена на одиночество, потому что, будучи непокорной и злой, она отдаляет людей от себя.

Перспективы научного исследования связаны, во-первых, с расширением круга анализируемых языков [6], во-вторых, с проведением анкетирования современных носителей китайского и русского языков для выявления изменений в восприятии образа женщины в их сознании, в-третьих, с применением метода пропозиционально-фреймового моделирования, что позволит показать многомерность образа женщины в китайской и русской языковых картинах мира.

#### **Литература и источники**

1. Большой словарь русских пословиц / авторы-сост. В. М. Мокиенко, Т. Г. Никитина, Е. К. Николаева. – М.: ОЛМА Медиа Групп, 2010. – 1026 с.
2. Большой фразеологический словарь русского языка / авт.-сост. В. Н. Телия. – М.: АСТ-Пресс, 2006. – 784 с.
3. Токарева, Н. А. Гендерные концепты «женщина, мать, девушка» в русской, английской и китайской фразеологии / Н. А. Токарева, Т. С. Кириллова, О. В. Коннова // Вестник Калмыцкого университета». – 2019. – С. 110-116.
4. 大 БКРС (Большой китайско-русский словарь онлайн). Режим доступа: <http://bkrs.info/> (дата обращения: 11.12.2020).
5. Готлиб, М. О. Китайско-русский фразеологический словарь / О. М. Готлиб, Му Хуаин. 2-е изд., стереотип. – Иркутск: ИГУ, 2019. – 596 с.
6. Проскурина, А. В. Семантическое пространство образа женщины в языковой картине мира: сопоставительный аспект (на материале фразеологизмов китайского и русского языка) / А. В. Проскурина, М. С. Хреновская // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. – Серия. Гуманитарные науки. – 2021. – № 1(2). – С. 95-97.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Проскурина А. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

**УДК 398.3**

### **СИНОНИМИЯ РУССКИХ И КИТАЙСКИХ БЫТОВЫХ ПРИМЕТ: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ**

*Юрова К.А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[yurova.2003@mail.ru](mailto:yurova.2003@mail.ru)

Язык любого народа богат синонимическими и антонимическими конструкциями. Китайский и русский языки относятся к разным языковым семьям. Менталитет, культура, история двух народов практически не пересекаются друг с другом, но мы нашли общие черты данных двух языков. В статье рассмотрены особенности и типы синонимии. Для выявления схожести и различия двух языковых систем мы выявили особенности синонимии на базе бытовых примет двух языков. Для выявления синонимии и антонимии в русском и китайском языках, нами было осуществлено исследование. На основе проведенного эксперимента с носителями двух языков выделены бытовые приметы с ключевыми словами: «стол», «зеркало», «нож», «вилка», «окно», «порог», «ложка». Эксперимент был проведен в офлайн и онлайн форматах при помощи анкетирования. Полученные в ходе эксперимента данные позволили провести сопоставительный анализ при помощи критериев отбора примет. Результаты анкетирования показали, что, во-первых,

в китайском и русском языках присутствует многообразие синонимичных конструкций, во-вторых, в двух языках больше антонимичных паремий, чем синонимичных.

**Ключевые слова:** синонимия; квазисинонимы; приметы; бытовые приметы; ключевое слово; русский язык; китайский язык.

## SYNONYMY OF RUSSIAN AND CHINESE HOUSEHOLD OMENS: A COMPARATIVE ASPECT

*Yurova K.A.*

Kemerovo State University

The language of any nation is rich in synonymous and antonymic constructions. Chinese and Russian languages belong to different language families. The mentality, culture, history of the two nations practically do not intersect with each other. But we found common features of these two languages. The article discusses the features and types of synonymy. To identify the similarities and differences between the two language systems, we identified the features of synonymy based on the household omens of the two languages. To identify synonymy and antonymy in two languages, we conducted a study. On the basis of the experiment carried out with native speakers, household omens were identified with following keywords: "table", "mirror", "knife", "fork", "window", "threshold", "spoon". The experiment was carried out in offline and online formats using a questionnaire. The results of the experiment are made it possible to carry out a comparative analysis using the criteria for selecting signs. The results of the survey showed that, firstly, there is a variety of synonymous constructions in the Chinese and Russian languages, and secondly, there are more antonymous paremias than synonymous in two languages.

**Key words:** synonymy; quasi-synonyms; household omens; a keyword; a Russian language; a Chinese language.

Проблемы лексикологии в лингвистике на протяжении второй половины XIX и первой половины XX веков не были так хорошо изучены учеными, так же, как и вопросы по исследованию лексических синонимов. Они становятся актуальными лишь в середине двадцатого века. С. Г. Бережан отмечает, что синонимы были объединены на базе словарей XVIII–XIX веков, потому что считалось, что использование данных единиц позволяет сделать нашу речь более разнообразной, богатой. Также к функциям синонимии ученые относят создание выразительности речи [1, с. 9-15].

Лексическую синонимию в русском языке сначала исследовали в риторике, позже лексикологическая проблема стала одной из самых важных в стилистике. Данная мысль отмечается в работах С.Г. Бережана [1], П. Ф. Калайдовича [2] и др. Затем, после утверждения новой научной дисциплины - семасиологии, ученые стали изучать лингвистические характеристики синонимии в языке [1, с. 9].

Такие авторы, как П. Ф. Калайдович [2], разграничивая синонимы по экспрессивной, стилистической и эмоциональной окраске, характеризуют их как слова «подобозначащие», «сродные», т.е. сходные по значению [3, с. 8-9]. Есть среди ученых и те, кто вообще отрицает такое явление, как синонимия. Г. О. Винокур писал: «...синоним является синонимом до тех пор, пока он находится в словаре. Но в контексте живой речи нет ни одного положения, в живой речи совершенно не имеет значение, как мы скажем *конь* или *лошадь*, *ребёнок* или *дитя*. Синоним является синонимом только в пределах словаря, а в контексте живой речи у нас размываются эти границы» [3, с. 55].

Традиционно в языке выделяют три типа синонимов: семантические, стилистические и семантико-стилистические. Семантические синонимы характеризуются оттенками лексического значения, они созданы, чтобы различать стороны объекта (*короткий*, *покорный*), также данный тип синонимов указывает на степень проявления какого-либо признака (*влажный*, *мокрый*, *сырой*). Это же качество может действовать и на глагол (*ломать*, *крушить*, *рушить*, *сокрушать*).

Стилистические синонимы выполняют функцию различия оценочной характеристики объекта (*нос, носик, носище*).

Что касается последнего типа – семантико-стилистических синонимов – они совмещают в себе две характеристики первых типов синонимов. Они отличаются и функциями, и оттенками значений, и стилистически (*идти – тащиться* (разг.): *идти медленно, с трудом*).

Глубину человеческого мышления отражает именно наличие семантических синонимов: «Язык стремится передать тончайшие нюансы познаваемого мира, подбирая каждый раз новые слова для адекватного выражения соответствующих представлений. Так появляются синонимы, имеющие общий смысловый стержень и позволяющие с предельной ясностью детализировать описываемое явление действительности. Семантические синонимы обогащают речь, делая ее более выразительной и прозрачной» [4, с. 41-42].

В современном языкознании китайского языка проблемы синонимии также являются актуальными. Данная тема волнует ученых на протяжении многих тысячелетий. Впервые о синонимах было написано в древнейшем толковом словаре китайского языка «Эръя», созданном при династии Хань в III в. до н.э. В первом издании толкового словаря было выделено и описано около 578 синонимических рядов [5, с. 31]. Далее, на протяжении многих лет ученые исследовали многозначность понятия синонимии, его сущность, вопросы границ синонимии и отграничения синонимов от других видов лексических единиц.

В нашем материале мы обратимся к анализу синонимических отношений на материале китайских и русских бытовых примет с ключевыми словами «**стол**», «**ложка**», «**вилка**», «**нож**», «**порог**», «**окно**». Для этого мы провели лингвистический эксперимент среди носителей русского и китайского языков, целью которого были сбор и анализ русских и китайских паремий, вступающих в синонимические и антонимические отношения.

Первый этап эксперимента проходил следующим образом: информантам предлагалась анкета, материалом для которой выступили отобранные нами бытовые приметы русского языка. В анкете предлагалось отметить галочкой знакомую примету (либо ту, которую информанты используют в речевой практике). Если респонденты употребляют свой вариант приметы-стимула, нужно было написать его рядом. В качестве дополнительного было предложено задание по написанию других известных примет с ключевыми словами «стол», «зеркало», «нож», «вилка», «окно», «порог», «ложка». Опрашиваемую аудиторию составили русские студенты общим количеством 36 человек в возрасте от 17 до 24 лет, разного уровня образования, проживающие в городе Кемерово, для которых русский язык является родным.

Второй этап эксперимента проходил в онлайн-формате. Носителям китайского языка необходимо было выполнить задание, аналогичное тому, что предлагалось русским информантам: определить известные приметы, либо те, которые используются в речевой практике. Если у информантов имелся свой вариант похожей китайской приметы, нужно было записать его рядом с приметой-стимулом. Дополнительное задание оставалось тем же: написать другие известные китайские бытовые приметы с ключевыми словами «стол», «ложка», «порог», «зеркало», «вилка», «нож», «окно». Опрашиваемую аудиторию составили 36 человек в возрасте от 17 до 40 лет. Провинции, в которых проживают анкетированные, – Хэлуинцзян, Шаньдун, Ляонин, Хубэй, Чжэцзян.

По результатам нашего эксперимента можно сделать следующие выводы: и в китайском, и в русском языке существует множество разных синонимичных и антонимичных вариантов одной и той же бытовой приметы.

Мы разделили все собранные приметы на следующие группы: идентичные приметы, частично-тождественные приметы, антонимичные приметы.

Первая группа – это идентичные приметы, структура которых содержит одно и то же ключевое слово, причину (в первой части) и результат (во второй части). В эту группу мы отнесли следующие примеры:

1. 深夜不能照镜子[shēn yè bù néng zhào jìng zǐ] (букв. *Нельзя смотреться в зеркало в темноте – увидишь нечисть*) – рус. *Нельзя смотреться в **зеркало** поздно ночью.*

2. 床不能对着镜子 [chuáng bù néng duì zhuó jìng zǐ] (букв. *Кровать не может стоять напротив **зеркала***) – рус. *Ставить **зеркало** напротив кровати - к болезни, Нельзя располагать **зеркало** в спальне.*

3. 过年以前打扫房间的时候, 最好不要从房间内向房间外扫, 否则好运气会离开, 要从屋外往屋里扫然后从屋里收拾起来再倒出去 [guò nián yǐ qián dǎ sǎo fáng jiān dí shí hòu, zuì hǎo bù yào cóng fáng jiān nèi xiàng fáng jiān wài sǎo, fǒu zé hǎo yùn qì huì lí kāi, yào cóng wū wài wǎng wū lǐ sǎo rán hòu cóng wū lǐ shōu shí qǐ lái zài dǎo chū qù] (букв. *При уборке комнаты перед Новым годом лучше не **прибираться** из комнаты наружу, в противном случае удача уйдет, подмести нужно по направлению к комнате, а затем собрать всю грязь и вынести из дома*) – рус. *Мыть пол (**прибираться** дома) нужно от окна к порогу, чтобы грязь не нести в дом.*

К группе частично-тождественных примет мы отнесли приметы, структура которых содержит ключевые слова, объединенные одной тематической группой, при этом причина и результат (прогноз) примет совпадают. В эту группу входят следующие примеры:

1. 有猫头鹰飞入家中这是很不吉利的[yǒu māo tóu yīng fēi rù jiā zhōng zhè shì hěn bù jí lì dí] (букв. *Сова залетела в дом – будет невезение*) – рус. ***Воробей** влетает в окно - к несчастью в доме.* В обеих культурах отмечается, что появление птицы в доме ведёт к отрицательному прогнозу: в китайском языке символ невезения – сова, а в русском - это воробей. Оба ключевых слова относятся к одной и той же тематической группе «птица».

2. 吃饭用筷子时用手指人, 无异于指责谩骂别人, 是不文明的 [chī fàn yòng kuài zi shí yòng shǒu zhǐ rén wú yì yú zhǐ zé màn mà bié rén shì bù wén míng de] (букв. *Когда вы едите **китайскими палочками** и направляете их в сторону человека - это равносильно тому, что вы над ним надругались*) – рус. *Нельзя направлять **нож** в сторону человека, так как это разрушает ауру.* Создание синонимических отношений между лексико-семантическими вариантами можно отнести к неполной синонимии или к квазисинонимии. Квазисинонимы (частичные синонимы) – это слова с частично совпадающим значением, условно используемые как равнозначные: administrator — receptionist (в значении «администратор») [6, с.145]. С одной стороны, у слов «китайские палочки» и «нож» одинаковое лексическое значение – столовые приборы, но, с другой стороны, из-за разности культур в приметах используются неидентичные ключевые слова: китайские палочки и нож.

К антонимичной группе примет в русской и китайской культурах можно отнести приметы с одной и той же причиной, но с разным результатом: 吃饭不可以敲碗 [chī fàn bù kě yǐ qiāo wǎn] (букв. *Когда ешь, нельзя стучать **палочками** по посуде*) – рус. *Нужно 3 раза постучать по столу **ложкой**, чтобы отменить примету.* В данной группе приметы полностью не совпадают. В китайской культуре стучать столовым прибором по столу неприемлемо, а в русской – наоборот, приводит к положительному результату.

Таким образом, бытовые приметы русской и китайской лингвокультур имеют больше различного, чем схожего. В китайском и русском языке существует большое многообразие синонимических и антонимических отношений, в том числе в них вступают и бытовые приметы.

### Литература и источники

1. Бережан, С. Г. Совпадение отдельных элементов смысловой структуры слов как основа синонимичности / С. Г. Бережан. – М., 1967. – Т. 26. – С. 254-263.

2. Калайдович, П. Предисловие / П. Калайдович // Опыт словаря русских синонимов. – М., 1818. – Ч.1. – С. 14-15.

3. Винокур, Г. О. Проблемы культуры речи / Г.О. Винокур // Русский язык в советской школе. – М., 1929. – № 5. – С. 82–92.

4. Голуб, И. Б. Стилистика русского языка / И. Б. Голуб. – М., 2003. – 4-е изд. – 448 с.

5. Сюй Шии. Обзор исследований синонимии / Шии Сюй // Вестник Института Датун. – 1998. – № 2. – Ч. 12. – С. 31-42.

6. Семенас, А. Л. Лексика китайского языка. – М.: Муравей, 2000. – 312 с.

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

**УДК 81'1**

## **ЖАНР «ПОЗДРАВЛЕНИЕ» В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ**

*Зиновьев К. В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[zinovievkirillper@gmail.com](mailto:zinovievkirillper@gmail.com)

В работе представлены результаты сопоставительного анализа жанра «поздравление», представленного в русском и китайском языках. Рассмотрены поводы для актуализации поздравлений. В системе поводов для поздравлений выделяются поводы национально-культурного характера и поводы (Масленица, Пасха, Рождество, День Защитника Отечества в России и Праздник Весны, Праздник Луны, Праздник Фонарей в Китае), универсальные (Новый год, день рождения, достижения в трудовой деятельности). Особое внимание уделено особенностям речевой реализации жанра «поздравления» в русской и китайской лингвокультурах.

**Ключевые слова:** поздравление, поздравительный текст, речевой жанр, речевой этикет.

## **GENRE «CONGRATULATIONS» IN RUSSIAN AND CHINESE LINGUOCULTURES: COMPARATIVE ASPECT**

*Zinoviev K. V.*

Kemerovo State University

The paper presents the results of a comparative analysis of the genre «congratulations», presented in Russian and Chinese. The reasons for updating congratulations are considered. In the system of reasons for congratulations, there are national and cultural reasons and reasons (Maslenitsa, Easter, Christmas, Defender of the Fatherland Day in Russia and Spring Festival, Moon Festival, Lantern Festival in China), universal (New Year, birthday, achievements in work). Special attention is paid to the peculiarities of the speech implementation of the genre of «congratulations» in Russian and Chinese linguistic cultures.

**Key words:** greeting, greeting text, speech genre, speech etiquette.

В системе речевых жанров особое место занимают этикетные речевые жанры [1, 2 и др.]. Обозначенные жанры представляют собой закрепленные (устойчивые) языковые реакции на стандартные ситуации общения, коммуникативная цель которых сводится к установлению, поддержанию и прерыванию общения между участниками коммуникации в соответствии с принятыми в обществе традициями и нормами речевого этикета [3].

Жанр «поздравления» является одним из этикетных жанров. Он используется в связи со значимыми событиями и может усиливать или ослаблять эмоциональное состояние адресата. В зависимости от намерений адресанта и обстоятельств поздравления могут быть краткими и развернутыми. Они отличаются не только размером текста, но и полнотой реализации вероятных компонентов предоставленного жанра. Поздравительный текст определенным образом структурирован. По наблюдению Т. В. Анисимовой и Е. Г.

Гимпельсона, текст поздравления состоит из основной части, выражаемой комплиментами, и индивидуальных пожеланий [4]. В представлении В. В. Капшур обозначенный жанр состоит из обращения, собственно поздравления, пожелания, комплимента и благодарности [5].

Как и любой речевой жанр, поздравление, его речевая реализация зависит от языковой картины мира говорящего, от того, представителем какой лингвокультуры он является. Вся человеческая деятельность, включая речевое поведение, мышление, ценностные ориентиры, создается на почве культурной обусловленности. Под культурной обусловленностью мы понимаем культурную традицию, под ее воздействием формируются закрепленные модели поведения и коммуникации (в том числе ритуальные концепции – устойчивые речевые образцы для повторяющихся ситуаций). Текст, созданный представителями разных культур, специфичен исторически сформировавшимися правилами создания текста [6, с. 122]. Повод является основанием для порождения поздравительного текста и одновременно определяет его содержательную сторону. Он играет существенную роль в структуре поздравления, поскольку зачастую предлагает «точку зрения, с которой оценивается фигура адресата» [7, с. 8]. Главным поводом для поздравления является праздник. Праздник, представляя собой неотъемлемую часть культуры, «тесно связан с культурой, с народными обычаями, ритуалами, обрядами; с религиозным культом и важнейшими датами истории народа и государства; с традициями социальных движений, торжествами, демонстрациями; с радостью, весельем, играми, пиршеством» [8, с. 13].

Т. В. Тарасенко предлагает разделить поводы поздравления на две группы:

- 1) событие, непосредственно связанное с адресатом, – поздравление с днем рождения,
- 2) событие, связанное с адресатом опосредованно, – поздравление с праздниками, принятыми в данном обществе [3, с. 15].

Первая группа поводов – персональные поводы – продемонстрируют личность адресата, его радостное жизненное событие и признание автора, которое вызывает положительную эмоцию. В отношении поводов для поздравлений китайская традиция, по сравнению с русской, имеет некоторые отличия, что следует учитывать при межкультурной коммуникации. Известно, что у китайцев не принято поздравлять с личными праздниками, если люди не в близких отношениях. Например, деловых партнеров или партнеров по сотрудничеству в политической сфере редко поздравляют с днем рождения. Традиционно торжественно отмечают день рождения пожилого поколения, в особенности в круглые юбилейные даты: 60, 70, 80, 90, 100 лет. Чиновников и председателей организации или учреждения официально не поздравляют с личными праздниками (день рождения, свадьба, рождение ребенка), допускаются поздравления с достигнутыми успехами в работе. В свою очередь в России поздравления клиентов и партнеров с днем рождения – это основа долгих и крепких деловых отношений, положительного имиджа любой компании. В повседневной коммуникации общими поводами для русских и китайцев являются день рождения, новоселье, свадьба, юбилей, успехи в работе, и рождение ребенка.

Вторая группа поводов: международные (Новый год, Восьмое Марта, Первое мая, Всемирный день защиты детей), общенациональные праздники (государственные), праздники отдельной страны (русские религиозные христианские, старые языческие праздники и китайские народные праздники) или определенной группы людей (профессиональные праздники).

Обнаруживается культурно-национальная специфика жанра «поздравления» на уровне его языкового воплощения.

В русской речи часто опускается глагол «поздравить», идею поздравления передают только с помощью существительного в творительном падеже, указывая определенный праздник, дату, повод для поздравления: С праздником! С Новым годом! С Днём Победы!

В китайском языке глагол 祝贺 поздравить так же опускается или используется 祝 сокращенный вариант в значении поздравить и пожелать [9, с. 109]. Для выражения поздравления с новым годом употребляется название праздника + 好 (добрый), например

新年好/ 过年好 Доброго нового года / Счастливого нового года, или название праздника+ 大吉 (большое счастье), 狗年大吉 Большого счастья в год собаки, а название праздника+ 快乐 (веселый, радостный) используется независимо от праздников, за исключением праздника. В китайском языке выбор языкового средства для поздравления различается по поводам: к примеру, название праздника + 好快乐 (добрый) – название праздника + 大吉 (большое счастье) – название праздника + 快乐 (веселый) – название праздника + 安康 (благополучие и здоровье).

Таким образом, поздравление творится авторами разных культур по разным поводам. Выделяются поводы культурно-идентичные, принятые только в отдельной лингвокультуре (Масленица, Пасха, Рождество, День Защитника Отечества в России и Праздник Весны, Праздник Луны, Праздник Фонарей в Китае), и универсальные поводы для поздравления, независимые от культурной принадлежности (Новый год, Международный Женский День, достижение успехов в работе, юбилей создания компании или организации, открытие мероприятия или конференции).

### Литература и источники

1. Рабенко, Т. Г. Благодарность в жанровом пространстве русской культуры / Т. Г. Рабенко // Вестник Воронежского государственного университета. Серия Филология. Журналистика. – 2014. – № 1. – С. 81–84.
2. Рабенко, Т. Г. Речевые жанры приветствия и прощания в речи студентов / Т. Г. Рабенко, Е. А. Черепанова // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2008. – № 2 (34). – С. 174–179.
3. Тарасенко, Т. В. Этикетные жанры русской речи: благодарность, извинение, поздравление, соболезнование / Т. В. Тарасенко . Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Красноярск, 1999. – 15 с.
4. Анисимова, Т. В., Гимпельсон, Е. Г. Современная деловая риторика / Т. В. Анисимова, Е. Г. Гимпельсон. – М.: Воронеж, 2004. – 254 с.
5. Кашпур, В. В. Жанр «поздравление» в русском политическом дискурсе: к проблеме лингвокогнитивного моделирования / В. В. Кашпур // Вестник Томского государственного университета. – 2007. – № 1. – С. 11-14.
6. Зайцева, Е. В. Культурная обусловленность письменного фатического общения / Е. В. Зайцева // Вестник ВГУ. Серия Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2001. – №1. – С. 122–127.
7. Дудкина, Н. В. Речевой жанр «поздравление» в русской и американской лингвокультурах: сопоставительный анализ / Н. В. Дудкина: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Ростов-на-Дону, 2011 – 23 с.
8. Ленивцева, В. А. Современная праздничная культура Китая: традиции и инновации / В. А. Ленивцева: Автореф. дис. ... канд. культурологии. – Чита, 2010. – 22 с.
9. Солоян, К. А. Культурная и структурно-семантическая специфика китайского поздравления / К. А. Солоян // Вестник Иркут. гос. лингв. ун-та. Сер.: Филология. – 2009. – № 4 (8). – С. 109-121.

*Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Рабенко Т.Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

**УДК 81**

## **МОДИФИКАЦИОННОЕ СЛОВООБРАЗОВАНИЕ КАК СПОСОБ ОТНОШЕНИЯ К ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ РУССКИХ И КИТАЙЦЕВ**

*Сычева О.Н.*

Работа посвящена рассмотрению и анализу номинативных средств выражения в русском и китайском языках через модификационное словообразование с использованием сравнительного метода. Рассматриваются особенности национальной картины мира русского и китайского народа.

**Ключевые слова:** мутационное, модификационное словообразование, китайский язык.

## **MODIFICATION WORD FORMATION AS A WAY OF RELATIONSHIP TO THE REALITY OF RUSSIANS AND CHINESE**

*Sycheva. O.N.*

The work is devoted to the consideration and analysis of nominative means of expression in the Russian and Chinese languages through modification word formation using the comparative method. The features of the national picture of the world of the Russian and Chinese people are considered.

**Key words:** mutational, modification word formation, Chinese.

Лексическая деривация делится на мутационную и модификационную. Модификацией называют способ словопроизводства, при котором происходит частичное изменение или уточнение значения исходного слова. Мутация представляет собой возникновение совершенно нового лексического значения на базе старого. Основное функциональное назначение современного модификационного словообразования – выражение оценочных и эмотивных смыслов.

Мутационное словообразование есть как в русском языке, так и в других языках современного мира. Знание законов образования мутационной семантики в русском языке способствует вхождению человека в мировое пространство современного общества, позволяет выстраивать свою речь правильно, грамотно. Языковая картина мира обуславливает сравнение имеющихся в этом плане законов образования мутационных производных единиц с правилами их образования в русском языке. Такое сравнение повышает самосознание, способствует пониманию уникальности своего, генетически родного, чаще всего семейного языка, и развитию творческого отношения к ставшему вторым родным языком. Наряду с производными, характеризующимися мутационной семантикой, в русском языке, как и в других языках мира, существуют слова с модификационным значением, чему немало способствует разветвленная сеть **префиксов** и **суффиксов** в русском языке. Данные слова, как правило, характеризуются стилистической окрашенностью. Но если в русском мы прекрасно понимаем как работает модификационное словообразование в нашем языке (это осветится ниже), но можем ли мы сказать, как это работает и в китайском?

Для начала нужно разобраться, что есть русский язык, а что есть китайский. Русский язык-это флективный язык, имеющий в себе свободный порядок слов, множество флексий, суффиксов, приставок и т.д. Благодаря только суффиксу или приставке мы можем либо немного поменять семантику слова, либо полностью его изменить, например в слове «дочь» если мы добавим суффикс «-еньк», то получим слово с уменьшительно-ласкательным значением «доченька», сразу появляется эмоциональная окрашенность, определенное отношение к человеку, мы понимаем, что такое слово выражает теплые, родственные чувства. Если рассматривать с точки зрения мутации, на примере глагола «учить» образуем новую форму слова «учитель», мы получили мутационную форму слова с суффиксом «тель», которая содержит в себе уже иную семантику (тот, кто учит).

Несмотря на то, что граница между модификационным словообразованием и мутационного была проведена еще в начале 60-х, и на то, что проблема установления

различий между указанными типами достаточно долго, широко и продуктивно обсуждалась в работах многих лингвистов (Е. С. Кубрякова, В. В. Лопатин, И. С. Улуханов ит.д.), все же остается ряд неясностей, требующих уточнений.

«Китайский язык по своей природе изолирующий», об этом пишет П.С Кузнецов [1, с.356]. Ученый приводит ряд критериев, позволяющий доказать, что в действительности так оно и есть: 1) полное или почти полное отсутствие словоизменения, 2) значимость порядка слов, 3) противопоставление знаменательных и служебных слов.

Рассмотрим особенности словообразования в китайском языке.

Словообразование в китайском языке в основном представлено полуаффиксацией и аффиксацией. Полуаффиксация представляет собой такой способ словообразования, при котором к корню присоединяется полужнаменательная морфема. Данный способ словообразования характеризуется использованием морфем, которые частично (а иногда и в значительной степени) утратили исходное вещественное значение, делексикализировались и, следовательно, обрели определенную степень грамматизации [2, с. 91].

Полуаффиксальные морфемы в большинстве своем частично нейтрализуют тон, не редуцируя звучания.

Полуаффикс и корень образуют этимологически соотносимую, коррелятивную пару словообразовательных морфем.

Полуаффиксы отличаются высокой продуктивностью и обычно образуют ряды слов, обозначающих широкую семантическую категорию.

Обычно полуаффиксы относят производные слова к определенной части речи, но могут также создавать слова с разной категориальной принадлежностью: - полупрефиксы 反 и 超 – полусуффикс 化.

Надо отметить, что полуаффиксация делится на полупрефиксацию и полусуффиксацию. Полупрефиксация в современном китайском языке занимает достаточно скромное место. Рассмотрим ее на примерах.

Полупрефикс 超 встречается преимущественно в сфере терминологической лексики. В русском языке соответствует префиксам: сверх-, над-, гипер-, супер-, ультра-. Коррелятом этого префикса является корневая морфема 超 превысить, превзойти. Например: 超导体 сверхпроводник. Качественные прилагательные также образуют этот полупрефикс: 超高 сверхвысокий.

Большое число терминов образует полупрефикс 微 в русском языке соотносится с префиксом микро-. Коррелятом этой полупрефиксальной морфемы служит корень 微) крошечный, мельчайший, ничтожный. Например:

微温计 микротермометр. Термины также образует и полупрефикс 亚 Русские соответствия: префиксы под-, суб-, гипо-. Например: 亚寒带 субарктика.

Для образования слов разных функциональных стилей служит полупрефикс 反. В русском языке соотносится с префиксами анти-, контр-. Коррелятом данной полупрефиксальной морфемы является корень 反 против, обратный. Например: 反冲击 контратака.

Полусуффиксация занимает видное место в словообразовательной системе и играет огромную роль в формировании современной терминологии. С помощью нее создаются самые разнообразные понятия. Рассмотрим китайские полусуффиксы на примерах.

Полусуффикс 员 образует имена существительные. Обычно обозначает лиц, занятых той или иной деятельностью. Например: 学员. курсант.

Названия лиц различных профессий, которые в совершенстве овладели определенной профессией, образуют с помощью полусуффикса 手. Например:

能手 мастер, умелец.

Имена существительные с эмоциональным значением образуются с помощью полусуффикса 鬼: 酒鬼 пьяница.

Субъективную оценку, как правило, имеющую негативный характер, вносят полусуффиксы 虫 и 蛋: 寄生虫 дармоед. Для обозначения черт характера используются полусуффиксы 心, 意: 热心 энтузиазм.

Полусуффикс 心 может также использоваться в глаголах, которые обозначают различные проявления психической деятельности человека:

担心 беспокоиться.

Для обозначения разного рода вещей и предметов используется полусуффикс 物: 产物 продукт.

Полусуффикс 品 образует главным образом лексические единицы, обозначающие всевозможные продукты, изделия, принадлежности: 作品 произведение.

Для обозначения названия различных веществ, научных понятий используется полусуффикс 素: 元素 элемент.

Для обозначения разнообразных свойств, присущих предметам и явлениям, проистекающих из их природы, используются полусуффиксы 性, 切, 当: 可能性 возможность.

Полусуффикс 化 служит для образования слов, обозначающих процесс действия, превращение, переход предмета в иное состояние: 深化 углубление, углубляться.

Под аффиксацией понимается словообразовательный способ, который заключается в присоединении аффиксов к знаменательным морфемам.

Аффиксальный способ словообразования в современном китайском языке является ведущим.

В китайском языке существует две разновидности аффиксации: префиксация и суффиксация. Префиксальный способ словообразования менее распространен, чем суффиксальный. С помощью него создаются порядковые числительные и небольшое количество существительных: 第 первый.

В сфере именного словопроизводства широко распространено суффиксальное оформление корнеслога. В таких случаях производное слово обычно представляет собой двуморфемное образование, семантически тождественное исходному корнеслогу: 卓, 桌子 – стол.

В тех же случаях, когда суффиксом оформляется односложное слово современного языка, возникает его структурный (морфологический) вариант как вторая форма исходной лексической единицы: 路, 路子 – путь.

В процессе словообразования может происходить преобразование категориальной принадлежности корнеслога. Такой процесс характерен для суффиксов 子, 儿 и 头[3, с. 74]: 剪 стричь, 剪子 – ножницы.

Результативные глаголы в китайском языке созданы суффиксальным способом: 找到 найти.

Суффиксальные слова образуются путем сложения знаменательной морфемы и суффикса. Самой продуктивной морфемой в китайском языке является суффикс 子: 房子 дом; 梯子 лестница; 盒子 коробка.

С общим значением предметности образует слова суффикс 儿: 旗儿 флажок.

Существительные, которые относятся к различным семантическим рядам, образуются с помощью суффикса 头: 木头 дерево. Для обозначения абстрактных понятий служит суффикс 头: 想头 мысль. Суффикс 家 служит для обозначения лиц, занятых определенной

деятельностью: 作曲家 композитор.

Аналогичную функцию выполняет суффикс 者. Он может также указывать на лиц, придерживающихся определенных общественно-политических взглядов: 唯物论者 материалист. Всего лишь несколько слов образует суффикс 巴: 下巴 подбородок; 尾巴 хвост; 嘴巴 пощечина; 泥巴 грязь; 干巴 сухой.

Особенность глагольной суффиксации заключается в том, что словообразовательные суффиксы, модифицируя лексическое значение простого нерезультативного глагола, переводят его в класс сложных глаголов, обладающих добавочным значением потенциальной возможности достижения результата, а иногда также и значения направленности действия в пространстве. Для образования собственно результативных глаголов служат суффиксы 到, 着 и другие: 等到 дожждаться. Указывают на достижение конечного результата суффиксы 完, 成 好: 昨完 завершить.

Суффикс 了 означает достижение возможного результата, содержит предположение о возможности осуществить данное действие [2, с. 31]: 改得 (不) 了 можно (невозможно) исправить, изменить.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что как в русском, так и в китайском языках присутствует модификационное словообразование, но подано оно в разном формате, поскольку это зависит от того, к какому типу относится тот или иной язык.

### Литература

1. Кузнецов, П.С. Морфологическая классификация языков/ П.С Кузнецов. – М, 1954.- 356 с.
2. Ван Ляо-И (Ван Ли) Основы китайской грамматики. Пер. с кит. Г.Н. Райской под ред. А.А. Драгунова и Чжоу Сунн-Юаня. – М., 2014. – 261 с.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Оленев С.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

**УДК 81'1**

## **ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ПАРЕМИОЛОГИИ: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ**

*Забродина Е.А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[Croconine@yandex.ru](mailto: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. На основе паремий русского и китайского языков осуществляются исследования стереотипных представлений о мужчине и женщине в разных лингвокультурах, то есть описание сложившихся и распространенных в социуме представлений об особенностях модели поведения, а также мужской и женской внешности. Универсальным признаком восприятия женщины, свойственным китайской и русской лингвокультурам, является свойство подчиненное положение женщины относительно мужчины. Женщину характеризуют как слабый пол, чьей обязанностью является необходимость выйти замуж и неустанно заботиться о членах своей семьи. Универсальным

361

моментом восприятия является более высокое относительно женщины положение мужчины в китайской и русской лингвокультуре. Мужчина является главой и авторитетом в обеих лингвокультурах.

**Ключевые слова:** гендерные стереотипы, языковая картина мира, китайский язык, русский язык, женщина, мужчина.

## **GENDER STEREOTYPES IN RUSSIAN AND CHINESE PAREMIOLOGY: 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 ethnos. On the basis of the paremias of the Russian and Chinese languages, studies of stereotypical ideas about a man and a woman in different linguocultures are carried out, that is, a description of the ideas that have developed and are widespread in society about the characteristics of a model of behavior, as well as male and female appearance. A universal feature of the perception of a woman, characteristic of the Chinese and Russian linguocultures, is the property of a subordinate position of a woman relative to a man. The woman is described as the weaker sex, whose responsibility is the need to get married and tirelessly take care of her family members. A universal point of perception is the high position of a man in the Chinese and Russian linguistics. The man is the head and authority in both linguocultures.

**Key words:** gender stereotypes, linguistic picture of the world, Russian language, Chinese language, woman, man.

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 [1]. С другой стороны, оно сопрягается с когнитивной лингвистикой, которая нацелена на изучение языковой картины мира, описание и определение того, как в языке отражается национальный менталитет, особенности того или иного этноса [2].

Известно, что гендерные стереотипы – это сложившиеся и распространенные в социуме представления об особенностях в модели поведения и внешности у представителей разных полов, зачастую отражающие отрицательные характеристики, а также дающие обобщенное и несколько упрощенное представления 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.

Цель осуществляемого 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 мужчинах и женщинах, об их положительных качествах и недостатках, функции, роли и месте в обществе, а также специфику русского и китайского менталитета.

Источниками фактологической базы послужили следующие работы: В. П. Жуков «Словарь русских пословиц и поговорок» [3]; В. И. Даль «Пословицы и поговорки русского народа» [4]; В. И. Зимин «Русский словарь пословиц и поговорок» [5]; О. М. Готлиб «Китайско-русский фразеологический словарь»; Пэн Бо «Новейший словарь–

справочник фразеологизмов, пословиц, поговорок и недомолвок» [6]; Лунь Юй «Древнекитайская философия» [7];

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].

Паремиологически-стереотипный портрет женщины в обеих лингвокультурах расценивается как четко выраженная гендерная асимметрия нравственно-этических представлений. Согласно данным стереотипам, женщина расценивается как существо низшего ранга, поэтому сравнение с ней зачастую несет негативную окраску.

### **1. Замужество (необходимость брака).**

Данный аспект дает представление о мужчине и женщине, вступивших или не вступивших 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 отражается в поговорках. Например, у русского народа: «Не слушался отца, послушаешься кнутца»; «По мужу молода жена не тужит»; «Муж стар, а жена молода – дожидайся детей»; «Худ мой Устим, да лучше с ним»; «Всякая невеста для своего мужа родится»; «Нет такого, выйдешь и за всякого»; «Жена без мужа – вдовы хуже»;

В китайском языке встречаются такие поговорки: «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 (совершеннолетия) – ее 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).

Таким образом, в китайской и русской лингвокультурах наблюдается один общий стереотипический портрет для обеих картин мира: необходимость женитьбы/замужества. В обоих языках «мужчина» – глава семьи. Его принято слушать и подчиняться, в то время как брак для женщины считается важнейшим событием и воплощением счастья, ведь она родилась не для себя, а для мужчины (мужа) [8].

### **2. Аспект «Внешность». Стереотип «Привлекательность женщины».**

3. В обеих лингвокультурах внешность расценивается как важный акцент на «физическую» красоту. Так, в русской лингвокультуре красота преподносится через «волос». Чем длиннее и шелковистее волос, тем краше женщина. Например, «Коса – девичья краса»; «Коса – девичья краса, красная краса – русая краса».

И в китайском языке женственность позиционируется как особая ценность. В семантических моделях используются сравнения 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.

### **4. Умственные способности.**

В данном аспекте выделяются фразеологизмы, связанные с отрицательной оценкой женщины, ее умственных способностей: нелогичность (женская логика – излюбленная тема русских анекдотов) и слабость ума: «Бабы умы разоряют дома»; «Волос длинный, а ум короткий»; «И баба смекает, что ребенка качает». Однако стоит отметить, что в Китае – неполноценность ума считается нормой 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; «妇人之言不可听» словам женщины нельзя доверять.

В русском и китайском языке наблюдаются уникальные характеристики стереотипических портретов, присущие каждой картине мира. Обозначим их.

### **1. Аспект «Нечистая сила».**

Стереотип «Женщина – зло». В данном аспекте женщина рассматривается как существо, имеющее непосредственное отношение к нечистой силе. «В русской лингвокультуре женщину сравнивают с чертом, дьяволом или причастной к «темному». Подтверждением тому следующие поговорки. «Баба да бес – один у (в) них вес»; «Куда черт не поспеет, туда бабу пошлет»; «Где сатана не сможет, туда бабу пошлет»; «Баба бредит, да черт ей верит».

### **2. Аспект «Качество женского характера». Стереотип «Властная женщина».**

В китайской языковой картине мира женщина рассматривается не только как слабый пол, но и как женщина, имеющая власть над мужчиной. На это указывают такие поговорки, как «牝鸡司晨» «Курица возвещает рассвет» – жена управляет мужем, фаворитка заправляет государственными делами; «女中尧舜» «Яо Шунь» (легендарный правитель среди женщин) – женщина-лидер.

Как и в случае с поговорками, связанных с женскими стереотипическими портретами, у поговорок с содержанием мужских стереотипических портретов выявляются свои уникальные отличительные признаки в китайской и русской лингвокультуре.

### **3. Аспект «Пристрастие к алкоголю». Стереотип «Мужчина – пьяница».**

Стереотип представляется как важную и неотъемлемую часть русского быта. Описание данного аспекта в русской языковой картине мира расширяет представления о мужчине, как о любителе выпить [9, с. 111]. Приведем примеры таких фразеологических единиц: «Мужик напьется – с барином дерется; проспится – свиньи боится»; «Где кабачок, там и мужичок»; «Горе-богатырь: пьян с вина на алтын».

Таким образом, сопоставительный анализ поговорок русского и китайского языков обнаруживает черты сходства и различия в гендерных стереотипах, касающихся как мужчины, так и 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. Главным универсальным моментом восприятия является высокое положение мужчины как в китайской, так и в русской лингвокультуре.

В обоих языках негативно оцениваются умственные способности женщины. В русской лингвокультуре проявляются такие уникальные стереотипические характеристики присущие только русской женщине, как ассоциирование с нечистой силой. Стереотипический образ русского мужчины предполагает, что для него характерно пристрастие к алкоголю.

Исследование паремиологического фонда русского и китайского языков, рассматриваемого с позиции реализации в нем гендерных стереотипов, позволяет проследить особенности языковой картины составляемых языков и, как следствие, специфику национального менталитета этноса.

### **Литература и источники**

1. Рабенко, Т. Г. Концепт «муж» в ассоциативном восприятии женщины / Т. Г. Рабенко // Этногерменевтика и антропология Сер. «Этногерменевтика и этнориторика». – Landau, 2004. – С. 114-120.

2. Маслов, В. А. Лингвокультурология / В. А. Маслова. – М.: Издательство Юрайт, 2018. 208 с.

3. Жуков, В. П. Словарь русских поговорок и пословиц / В. П. Жуков. – М.: Русский язык, 1991. – 117 с.

4. Даль, В. И. Пословицы и поговорки русского народа / В. И. Даль. – М.: Аргументы недели, 1999. – 130 с.

5. Зимин, В. П. Русский словарь пословиц и поговорок / В.И. Зимин. – М.: Школа Пресс, 1994. – 194 с.
6. Пэн, Б. Новейший словарь-справочник фразеологизмов, пословиц, поговорок и недомолвок. – Гуанси: Нации Гуанси, 2006.
7. Лунь, Ю. Древнекитайская философия. Т. 1. – М.: Мысль, 1972. – 46 с.
8. Рабенко, Т. Г., Ахновская, О. М. Дом как смысловая доминанта русской семьи / Т. Г. Рабенко, О. М. Ахновская // Сборник трудов молодых учёных Кемеровского государственного университета, посвящ. 60-летию Кемеровской области. – Кемерово: КемГУ, 2002. – С. 208-210.
9. Чехоева, Т. С. Номинативное поле концепта «мужчина» в русских народных афоризмах // Вестник ИГЛУ. – 2014. – №2 (27). – С. 109-114.

*Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Рабенко Т.Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

**УДК 81`23**

**ОСОБЕННОСТИ ПРОПОЗИЦИОНАЛЬНО-ФРЕЙМОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ  
ЛЕКСИКО-СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ГНЕЗДА С ВЕРШИНОЙ «СЕРЬГА»  
В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ**

*Романова Д.К.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[dianrom01@gmail.com](mailto:dianrom01@gmail.com)

Данная работа – фрагмент серии исследований, посвященных изучению структуры фрейма «женские ювелирные украшения» в русском и китайском языках с точки зрения семантико-когнитивного подхода. В статье представлен анализ национальных особенностей, отраженных в языковой картине мира русского и китайского народов посредством описания принципов концептуализации и категоризации тематической группы «женские ювелирные украшения». Анализу подвергается лексико-словообразовательное гнездо с вершинным компонентом «серьга». Анализ данного ЛСГ позволяет выделить такие слоты, как: «форма», «цвет», «количество», «часть от целого», «материал изготовления», «техника \ процесс изготовления», «объект по месту ношения», «объект по месту хранения», «лицо», «объект по отношению к другому объекту», «субъект по отношению к объекту». Данное ЛСГ выбрано не случайно, так как оно включает в себя достаточно большое количество дериватов и лексем в двух языках. Кроме того, выделение в гнезде ментальных структур даёт возможность выявить ядерные и периферийные смыслы, рассмотреть общие и частные компоненты в семантической структуре. Изучение семантического пространства данного ЛСГ в сопоставительном аспекте на примере разноструктурных языков позволяет выявить особенности этнической языковой картины мира.

**Ключевые слова:** когнитивная лингвистика, фрейм, слот, пропозиция, пропозициональная структура, лексико-словообразовательное гнездо (ЛСГ), языковая картина мира, китайский язык.

**FEATURES OF PROPOSITIONAL FRAME-BASED ORGANIZATION OF THE  
LEXICAL-DERIVATIONAL NEST WITH THE VERTEX «EARRING» IN THE  
RUSSIAN AND CHINESE LANGUAGES**

*Romanova D.K.*

Kemerovo State University

This essay is a fragment of a series of studies devoted to the study of the structure of the frame "women's jewelry" in Russian and Chinese from the point of view of the semantic-cognitive approach. The article presents an analysis of national characteristics reflected in the linguistic view of the world of the Russian and Chinese peoples by describing the principles of conceptualization and categorization of the thematic group "women's jewelry". The lexical-derivational nest with the vertex component "earring" is analyzed. Analysis of this lexical-derivational nest allows to highlight such slots as "shape", "color", "quantity", "part of the whole", "material of manufacture", "technique \ production process", "object by the place of wearing", "object by the place of storage", "person", "object in relation to another object", "subject in relation to the object". This nest was not chosen by chance, since it includes a fairly large number of derivatives and lexemes in two languages. In addition, the allocation of mental structures in the nest makes it possible to identify central and peripheral meanings, to consider general and particular components in the semantic structure. The study of the semantic space of this lexical-derivational nest in a comparative aspect on the example of typologically different languages allows us to identify the features of the ethnic linguistic view of the world.

**Keywords:** cognitive linguistics, frame, slot, proposition, propositional structure, lexical-derivational nest, linguistic view of the world, Chinese.

В современной лингвистике особое внимание уделяется изучению мыслительной деятельности человека, затрагиваются такие вопросы как: каким образом формируется языковая картина мира с ее национальными характеристиками, какие процессы преобразования человеческого опыта отражаются в языке.

Моделирование языковых единиц – один из самых распространенных методов исследования в науке. Как пишет М. Минский, «фрейм – это структура данных, предназначенная для представления стереотипной ситуации» [1, с. 130].

**Цель** данной работы заключается в изучении принципов фреймового моделирования лексико-словообразовательного гнезда с вершиной «серьга», являющегося одним из составляющих фрейма «женские ювелирные украшения», с точки зрения семантико-когнитивного подхода, заключающегося в выявлении и объяснении процессов категоризации и концептуализации мира носителями русского и китайского языков.

**Задача** исследования – выявить особенности структурирования знаний, содержащихся в дериватах данного ЛСГ, образованных при помощи слотов, пропозиций и пропозициональных структур.

**Объектом** исследования выступают тематические группы, вербализующие гнездо с вершинным компонентом «серьга»: наименования видов серег, их частей, наименования материалов и способов изготовления, мест хранения.

**Предметом** исследования является выявление специфики семантической структуры лексико-словообразовательного гнезда (ЛСГ) с вершиной «серьга» при сопоставительном исследовании двух языков.

С целью построения более полной картины структуры исследуемого ЛСГ в ходе поиска и сбора фактологического материала привлекались как современные, так и старые лексикографические источники по китайскому языку: Большой китайско-русский словарь [2], Словарь Канси, XVIII-XIX вв. (康熙字典) [3], Словарь Синьхуа (新华字典) [4], «Новый китайско-русский словарь» под редакцией А. В. Котова [5]; по русскому языку: «Большой толковый словарь русского языка» под редакцией С. А. Кузнецова [6], «Толковый словарь русского языка» В. И. Даля [7], «Толковый словарь русского языка» под редакцией Д. Н. Ушакова [8].

Фрейм «украшение», наряду с такими фреймами, как «одежда», «обувь», «головные уборы» активно функционирует в языковом сознании её носителей. Украшения как

артефакты занимают определенное место в лингвокультуре социума, являясь показателем его ценностных ориентиров.

Ювелирные изделия в традиционных обществах являлись важными дополнениями к одеянию, знаками социального статуса, пола и возраста их обладателей. В Китае украшения называли 饰 (shì), 饰品 (shìpǐn), 首饰 (shǒushì) или 装饰 (zhuāngshì), они имели важное эстетическое значение.

В Древней Руси серьги были не просто украшением, по ним можно было прочесть историю и социальное положение семьи. Так, простолюдины носили серьги из меди и дерева, а серьги зажиточных горожан, торговцев были изготовлены из серебра.

Согласно толковому словарю В. И. Даля, «серга (серьга) – створчатое колечко, с украшениями и подвесками, продеваемое в мочку уха» [7, с. 159]. В китайском языке представлено две лексемы – 耳环 (ěr huán) и 耳坠 (ěr zhuì), где ядерным компонентом является “耳” (ěr) \ ухо. В свою очередь, “耳环” – «ухо + кольцо» и “耳坠” – «ухо + подвесной, висячий; подвеска».

Таким образом, семантические связи производных слов в гнезде с ядерным компонентом “耳” реализованы пропозициональной структурой (ПС) *объект – действие – место*.

Анализ дериватов рассматриваемого ЛСГ двух языков позволяет выделить следующие слоты: «форма», «цвет», «количество», «часть от целого», «материал изготовления», «техника \ процесс изготовления», «объект по месту ношения», «объект по месту хранения», «лицо», «объект по отношению к другому объекту», «субъект по отношению к объекту».

**Слот «форма»** наполняют имена, обладающие внешним сходством с различными предметами: в русском языке – *серьги-голубицы, серьги-жирандоль*, в китайском языке – 花丝耳饰 (huā sī ěr shì) \ *филигранные серьги*. *Серьги-голубицы* получили такое наименование из-за характерных изображений птиц. Изделие имело выпуклый рельефный орнамент с обеих сторон, украшенный цветной эмалью, камнями и цветным стеклом. *Серьги-жирандоль* (франц. “girandole” — бриллиантовые серьги, подвеска; канделябр; сноп водяных струй) по форме напоминали подсвечник для нескольких свечей или фонтан в несколько струй. В китайском наименовании серьги присутствуют компоненты 花 (huā) \ *цветок* и 丝 (sī) \ *нить, нитка*, которые обозначают «тонкие серьги с цветочным орнаментом» или же «серьги, выполненные в технике филигрань». Данному слоту соответствует ПС *признак, названный по объекту*.

**Слот «цвет»** в китайском языке включает лексемы, характеризующие изделие по фоновому оттенку, колору, образованные ПС *объект – признак*: 明档 (míng dǎng) \ *жемчужные серьги*, где компонент 明 (míng) обозначает “светлый”.

**Слот «количество»** включает в себя дериваты, компоненты которых содержат цифру (ПС *объект – количество*): в русском языке – *моно-серьга, одинец, серьги-двойчатки, тройчатки*, в китайском языке – 单耳环 (dān ěr huán) \ *моно-серьга*. На Руси до XII века витязи прокалывали себе только одно ухо, поэтому серьга называлась «одинец». Серьги-двойчатки и тройчатки представляли собой прикрепленные к толстой проволочной мочке двух или трех стерженьков с нанизанными на них сверленными камнями (жемчуг, бусины кораллов, стекла, литые серебряные орнаментированные цилиндры).

**Слот «часть от целого»** представлен лексемами и дериватами, именующими детали ювелирного украшения, образованными ПС *объект<sub>2</sub> – часть объекта<sub>1</sub>*:

- 耳钉 (ěr dīng) – «ухо + гвоздь», то есть «серьги-гвоздики, пусеты»;
- 耳钩 (ěr gōu) – «ухо + крючок», то есть «швензы-крючки»;
- 导销 (dǎo xiāo), 导钉 (dǎo dīng) – «导 \ ведущий, поводырь + 销 \ чека, штырь + 钉 \ гвоздь, шип», то есть «направляющий штырь; направляющий штифт»;

- 包镶 (bāo xiāng) – «обёртывать; обёртка + вставлять, оправлять; оправа», то есть «глухая закрепка, закрепка в каст»;
- 吊坠 (diào zhuì) – «вешать + свешиваться; висячий; брелок», то есть подвеска как декоративный элемент сережки;
- 耳环扣 (ěr huán kòu) – застёжка серьги.

**Слот «материал изготовления».** В отличие от западной классификации драгоценных камней, подразделяющейся на «ювелирные», «ювелирно-поделочные» и «поделочные», в китайском ювелирном деле минеральные и органические камни относятся к «драгоценным». Традиционно материалами выступали рога животных 角 (jiǎo), черепахи панцири 龟甲 (guī jiǎ), стекло 玻璃 (bō li), дерево 木料 (mù liào), эмаль 珐琅 (fà láng), перья самки зимородка 翠翎 (cuì líng), нефрит 玉 (yù), жемчуг 珠 (zhū), кораллы 珊瑚 (shān hú) и прочее. В средневековый период в Китае основными драгоценными металлами для изготовления ювелирных украшений считались золото 金 (jīn) и серебро 银 (yín). Примерами служат следующие дериваты, имеющие ПС *объект – действие – средство – результат*:

- 明珰 (míng dāng), 耳珰 (ěr dāng) – жемчужные серьги, где 珰 (dāng) – «жемчуг»;
- 玉题 (yù tí), 玉珰 (yù dāng) – серьги из яшмы, где 玉 (yù) – «жадеит, нефрит, яшма»;
- 漆耳环 (qī ěr huán) – лаковые серьги, где 漆 (qī) – «лаковый» и т. д.

**Слот «техника \ процесс изготовления».** На протяжении многих веков в ювелирном деле использовались такие техники обработки и изготовления серег, как:

- 浇铸 (jiāo zhù) – литьё;
- 刻 (kè) – гравировка;
- 壓印 (yā yìn) – эстампаж, штамп;
- 鍍金 (dù jīn) – золочение;
- 金 / 银累丝 (jīn / yín lèi sī) – филигрань;
- 镶 (xiāng) – инкрустация;
- 搪瓷 (táng cí) – эмалирование.

В русском языке отмечены единицы, имеющие ПС *объект – действие – результат*, составляющие данный слот: *колты* – женское украшение в Древней Руси (VI – VIII вв.), крупная подвеска в форме полукруга или лунницы, крепящаяся к головному убору. Слово “колт” образовано от глагола “колотить”, обозначающего процесс чеканки металлической пластины с целью придания изделию выпуклой или звездчатой формы.

**Слот 1 «объект по месту ношения».** В китайском языке в данный слот входит ПС *объект – действие – место*. В данном случае вершинами в ЛСГ являются 耳 (ěr) \ ухо, 题 (tí) \ лоб, 头 (tóu) \ голова и 面 (miàn) \ лицо:

- 耳饰 (ěr shì) – “ушное украшение”, то есть «серьга»;
- 耳钉 (ěr dīng) – “ушные гвозди”;
- 玉题 (yù tí) – “драгоценный лоб”, то есть серьги из яшмы, нефрита, которые крепились к головным или налобным уборам;
- 头面 (tóu miàn) – “голова + лицо”, то есть серьги, которые обрамляли лицо и крепились к специальным головным обручам или диадемам.

**Слот 2 «объект по месту хранения».** В результате сопоставительного анализа двух языков выявлена одна китайская лексема, имеющая ПС *объект – действие – место* в данном слоте: 耳环盒 (ěr huán hé) – шкатулка, коробочка для сережек.

**Слот «лицо»** реализован ПС *субъект – действие – объект* в русском языке: *серьгач* – мужчина, носивший серьгу. В старину если мужчина носил серьгу только на левом ухе, то это означало, что он моряк. Серьга считалась оберегом в дальних плаваниях. Другое значение – юноша является единственным сыном в семье. Данная традиция была

распространена среди казаков, согласно которой, юноша не привлекался к тяжелой работе и военному делу.

**Слот «объект по отношению к другому объекту»** содержит лексемы, представленные ПС *объект – действие – место*:

- 耳夹 (ěr jiā) – «耳\ухо + 夹\сжимать, сдавливать (с двух сторон)» – в значении «клипсы»;
- 墮珥 (duò ěr) – «墮\падать; сваливаться + 珥\серьга, боковая подвеска» – в значении «серьги-подвески; тяжелые серьги»;
- 吊环支架 (diàohuán zhījià) – «吊环\подвесное кольцо, ушко + 支架\поддерживать, подпирать» – в значении «кронштейн-серьги».

**Слот «субъект по отношению к объекту»** реализован ПС *субъект – действие – объект*, например: 戴上耳环 (dài shàng ěrhuán) – носить серьги, 刺耳 (cì'ěr) – прокалывать уши. Примечательно, что в петровской России у привилегированного класса серьги не пользовались особой популярностью из-за того, что они были мало видны под париками. Серьги носили только холопы, что символизировало их принадлежность к определенному хозяину. Позже, когда стали носить более короткие парики, серьги как элемент декора получили широкое распространение.

Анализ лексико-словообразовательного гнезда с вершиной «серьга» во фрейме «ювелирные украшения» показывает, что слоты тесно связаны между собой посредством ПС. Примером служит ПС *объект – действие – место*, являющаяся общей для слотов «объект по месту ношения», «объект по месту хранения», «объект по отношению к другому объекту». ПС *объект – признак* содержится в слотах «цвет» и «форма». Наряду с этим, существуют специфичные слоты. В русском языке таковым является слот «лицо», в который входит один дериват (*серьгач*), в китайском языке – слот «объект по месту хранения», содержащий 1 дериват (耳环盒 (ěrhuan hé) \ шкатулка, коробочка для сережек). Наиболее продуктивными ПС являются «объект – действие – средство» и «объект – действие – место».

Таким образом, анализ лексико-семантического гнезда с вершиной «серьга» позволяет сделать вывод о том, что фрейм «ювелирные украшения» реализуется в рамках единых пропозициональных структур, входящих в определенные слоты. Лексемы с данными значениями представлены в обоих языках, так как они занимают определённое место в повседневной жизни человека. Исследование семантики путем пропозиционально-фреймового моделирования гнезд дает ценные результаты и имеет важное значение в типологии разноструктурных языков, межкультурной коммуникации и социолингвистике.

### Литература и источники

1. Минский, М. Фреймы для представления знаний / М. Минский. – М.: Энергия, 1979. – 152 с.
2. Большой китайско-русский словарь (БКРС). URL: <https://bkrs.info/> (дата обращения 20.04.2021).
3. 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.
4. 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.
5. Котов, А.В. Новый китайско-русский словарь / А. В. Котов. – М.: Дрофа, 2009. –612 с.
6. Кузнецов, С. А Большой толковый словарь русского языка / РАН. Ин-т лингв. исслед.; Сост., гл. ред. канд. филол. наук С. А. Кузнецов. – СПб.: Норинт, 1998.
7. Даль, В.И. Толковый словарь русского языка / В. И. Даль. – М.: АСТ, 2018. - 736 с.,

8. Ушаков, Д.Н. Толковый словарь русского языка / Под ред. Д. Н. Ушакова. — М.: Гос. ин-т «Сов. энцикл.»; ОГИЗ; Гос. изд-во иностр. и нац. слов., 1935–1940. (4 т.).

*Научный руководитель – канд. филолог. наук, доц. Абдуллаева Ф.Э., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

УДК 81'37

## КОГНИТИВНЫЙ АНАЛИЗ ПОСЛОВИЦ И ПОГОВОРОК О СЕМЬЕ В КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ

*Котельников Т.П.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

tkot11647@gmail.com

Данная работа выполнена в сфере когнитивного направления лингвистики. Среди ученых-лингвистов очень популярной является проблема изучения языковых единиц, которые представляют собой унифицированные структуры знаний. Фразеологизмы являются одной из главенствующих единиц языка, содержащих в себе многообразие структур знаний, в связи с этим они требуют более тщательного и глубокого анализа. В добавление к этому стоит отметить, что пословицы и идиоматические выражения являются важными носителями культурных ценностей и мировоззренческой картины мира, что позволяет нам наиболее точно установить основные принципы формирования национального менталитета той или иной национальности. Целью данной статьи является анализ фразеологических единиц, включающих в себя лексемы ТГ «семья», с точки зрения пропозиционального моделирования.

**Ключевые слова:** паремия, когнитивная лингвистика, фрейм, языковая картина мира, пропозиционально-фреймовое моделирование, фразеологизмы.

## COGNITIVE ANALYSIS OF ADDRESSES AND SPELLS ABOUT FAMILY IN CHINESE LINGUOCULTURE

*Kotelnikov T.P.*

Kemerovo State University

This work was carried out in the field of the cognitive direction of linguistics. Among linguistic scientists, the problem of studying linguistic units, which are unified structures of knowledge, is very popular. Phraseologisms are one of the dominant language units containing a variety of knowledge structures, in this regard, they require a more thorough and in-depth analysis. In addition to this, it should be noted that proverbs and idiomatic expressions are important carriers of cultural values and worldview picture of the world, which allows us to most accurately establish the basic principles of the formation of the national mentality of a particular nationality. The purpose of this article is to analyze phraseological units that include the lexemes of the TG “family” from the point of view of propositional modeling.

**Key words:** paremia, cognitive linguistics, frame, linguistic picture of the world, propositional-frame modeling, phraseological units.

В современной когнитивной лингвистике фразеологизмы рассматриваются как ключевые ячейки в вербализации разнообразнейших структур знания. При рассмотрении этого явления обычно обращают внимание на антропоцентрическую парадигму когнитивной лингвистики. Стоит отметить, что в современной лингвистике закрепилось такое трактование термина паремия, как «краткое, устойчивое в речевом обиходе, как правило

ритмически организованное изречение назидательного характера, в котором зафиксирован многовековой опыт народа; имеет форму законченного предложения (простого или сложного)» [3, с. 389]. Особенное значение имеют фразеологические единицы с основным компонентом «Семья», которые служат носителями уникальной исторически маркированной информации о взаимодействии и структуре семейного института китайской нации. Следовательно, можно сказать, что паремии также содержат и информацию, отражающую мировоззрение индивида. «Картина мира – это реальность человеческого сознания, поскольку она отражает среду обитания жизни человека и его осмысления понятий и явлений мира» [1, с. 22]. Понятие картины мира формируется на основе личного и общественного мировосприятия индивидом. В это понятие включаются явления как антропогенного характера, так и природного. В течение всей своей жизни человек анализирует окружающий мир и проецирует своё отношение к происходящему посредством создания речевых единиц. Но эти процессы у различных народов происходят уникальным образом, потому что всё окружающее человека имеет наименование, но у каждого народа эти названия будут совершенно иные. Всё существующее в мире имеет отражение в языке. А универсальность свойств культуры подразумевает наличие схожих понятий и в других культурах. Эти понятия формируют культурно-национальную уникальность картины мира. С помощью них возможно достижение наиболее глубокого понимания национального менталитета, миропонимания этноса. Но весь этот сложный процесс состоит из множества концептов, которые служат как составные компоненты, помогающие в образовании тематических групп и семантических полей. На наш взгляд, наиболее точно значение концепта отразил в своих работах Ю.С. Степанов. Он дал определение концепту как «Сгустку культуры в сознании человека» [5, с. 47]. Так, например, концепт «Семья» содержит в себе понятия: «Мать», «Отец», «Брат», «Сестра», «Дедушка», «Бабушка», когда в то же время в китайском языковом сознании этот концепт может быть дополнен такими понятиями, как «Прадедушка», «Прабабушка», «Зять», «Тёща» и т.д.

Целью нашего исследования является проведение пропозиционально-фреймового анализа пословиц и поговорок со значениями, выражающими семейные взаимоотношения.

Материалом для исследования послужили паремические единицы и поговорки, включающие в себя лексемы ТГ «Семья», которые были собраны методом сплошной выборки из китайских фразеологических словарей, сборников пословиц и поговорок (Готлиб О. М. Китайско-русский фразеологический словарь. Около 3500 выражений / О. М. Готлиб, Му Хуаин. – 2-е изд., стереотип. – Иркутск: Изд-во ИГУ, 2019. – 596 с.; 俄汉成语词典 周纪生 仇路培章其 编 湖北人民出版社, 1984 年. 723 页. Русско-китайский фразеологический словарь / ред. Чжоу Цзишэн, Чоу Лупэй, Чжан Ци. Изд-во Хубэй жэньминь чубаньшэ, 1984. 723 с.)

В результате использования метода сплошной выборки мы получили 65 фразеологических единиц, каждая из которых содержит в себе информацию о взаимодействии членов китайской семьи.

Учение Конфуция охватывает все стороны жизни китайского социума как с древних времён, так и по сей день, оказывая влияние на функционирование и формирование семейного института. В Китае принято считать, что семья является ключевой ячейкой социума, а интересы единичного человека всегда рассматриваются через потребности семьи, в которой он состоит. В Китае понятие семья (家 – jiā) включает в себя и дом (家 jīāwù), и имущество, принадлежащее семье (家人 sīrén de dōngxī). 家人 bào zǐ nòng sūn - «Нянчить детей и воспитывать внуков» — быть счастливым в окружении семьи. (Этот и последующий ряд примеров взят из [2].) 家人 zhú bāo sōng mào - «Густота бамбука и пышность сосны» — пожелание в связи с постройкой дома; пожелание процветания семье. В китайской семье все сплочены одной целью в трудовой деятельности, достижение которой принесёт семье достаток, но для этого семья должна пребывать в состоянии гармонии, взаимопонимания, порядка: 夫妻同心, 其利断金 Fūqī tóngxīn, qí lì duàn jīn - Если

родители имеют общую цель, то они могут разломать металл. □□□□, □□□□ yào dé jiāi hǎo, dàjiā qǐdezhǎo – Чтоб в семье был достаток, вся семья должна вставать с зарёй. □□□□ Shuāng sù shuāngfēi – Вдвоём лежат и оба летают (Находиться в кровном родстве). Принято выделять как ядро семейной жизни мужа и жену, в пословицах принято выделять, что они всегда вместе: □□□□ fū róng qī guì (Мужу почет и жене уважение) — почести мужа достаются и жене. Итак, из китайских пословиц мы можем более четко представить себе отношения мужа и жены в семье: 1. Муж является самым главным в семье, в то время как жена - его верный спутник жизни. 24 □□□□ fū chàngfù suí (Муж запоем, жена подхватывает) семейная гармония, благополучие. 2. Жена и муж должны разграничивать свои обязанности в семейной жизни: муж обязан кормить семью, а жена должна помогать ему. □□□□, □□□□ Fūqī yītiáoxīn, tǔdì biàn huángjīn – Если Муж и жена вместе трудятся, то земля становится золотом. 夫妻莫猜忌, 猜□□□ Fūqī mò cāiji, cāiji zāo fēnlí – Муж и жена должны быть уверенны друг в друге, так как сомнения приведут к разлуке. 3. У мужа и жены подразумевается наличие общей судьбы и жизни, которые должны быть основаны на любви и морали, на соблюдении норм морали и нравственности. Супруги должны быть всегда вместе и должны помогать друг другу преодолевать трудности: □□□□ Luǎn lì huì yíng – богатства мужа также и богатства жены. □□□□ bái tóu xié lǎo - «Прожить вместе до седых волос (о супругах)».

Традиционно принято считать в китайской культуре главой семейства отца, который играет ключевую роль в развитии сына, а мать занимается воспитанием дочери.

Общим признаком в китайской лингвокультуре является выделение огромной важности отца в семейной иерархической лестнице. Традиционно в китайской культуре принято считать, что отец обязан воспитывать сына, а дочь воспитывать должна мать. Чаще всего воспитание сына воспринимается отцом как воспитание дракона, этот образ является самым распространенным в китайской фразеологии. Хотя в китайском обществе паремии об отцах являются не самыми частыми по использованию, и это по большей степени связано с тем, что смысловые границы между фреймами муж, мужчина, отец и также человек имеют характерную размытость:

人留子孙草□□ Rén liú zǐsūn cǎo liú gēn – Отец должен вырастить детей и внуков, у травы должен быть свой корень.

Следующим по частоте упоминания является фрейм сын (32). Структура пословиц и поговорок, которые передают отношения между отцом и сыном, имеет противопоставительный характер. В основе их стоит полный параллелизм (грамматический, количественный и лексико–семантический): □□□□, □□ □□ qīng chái nán shāo, jiāo zǐ nán jiào - Сырую хворостину трудно зажечь, балованного сына трудно учить. В китайских фразеологизмах преобладает тенденция использования сравнительных оборотов: □□□□, □□□□ yǎngér bù dúshū, bùrú yītóu zhū - Чем растить сына неучем - лучше растить свинью.

Таким образом, нам удалось выяснить, что в пословицах для современного китайского человека главную роль в воспитании играет отец. Отец является не только опорой семьи, но и идеалом, который подаёт пример остальным членам семьи. Китайская система воспитания подразумевает собой также довольно жесткое воспитание образцового члена общества. Но и немаловажным аспектом является уважение в семье от младшего поколения старшему. Иерархичное устройство семьи позволяет отметить главенство отца в принятии всех решений, а также отмечает уровень его авторитета для 28 остальных членов семьи. Образ отца в современном понимании получил больше оценочных характеристик. Влияние отца в воспитании играет ключевую роль в когнитивном сознании жителей Китая.

### Литература и источники

1. Леднева А. В. Паремииологическая картина мира в русском и немецком языках: тематический блок "человек"): автореферат дис. кандидата филологических наук / А. В. Леднева. Уфа, 2015. - 22с.

2. Готлиб, О. М. Китайско-русский фразеологический словарь. Около 3500 выражений / О. М. Готлиб, Му Хуаин. 2-е изд., стереотип. — Иркутск.: Изд-во ИГУ, 2019. - 596 с.;
3. БЭС (Большой энциклопедический словарь). Гл. ред. А.М. Прохоров. Изд. второе, перераб. и доп. - Москва: Большая Российская энциклопедия 1998. - 1456с;
4. Кубрякова, Е.С. Роль словообразования в формировании языковой картины мира / Е. С. Кубрякова // Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира: отв. ред. Б. А. Серебренников. - Москва: Наука, 1988.- С. 141-172.
5. Степанов Ю.С. Константы: словарь русской культуры / Ю. С. Степанов. Изд. 2-е, испр. и доп. - Москва: Академический Проект, 2001. - 990 с.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Булгакова О.А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

УДК 81

## **ОСОБЕННОСТИ ВЕРБАЛЬНОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ПРОИЗВЕДЕНИЙ ЖИВОПИСИ (НА ПРИМЕРЕ КАРТИНЫ ЖАН-МИШЕЛЯ БАСКВИИ: SAMO, SUGAR RAY ROBINSON)**

*Коновалова А. С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

e-mail: [arina.konovalova.54@bk.ru](mailto:arina.konovalova.54@bk.ru)

В данной работе рассматривается вербальная репрезентация произведений изобразительного искусства и возможность транслировать вербальные знаки произведений живописи на искусствоведческий язык. Вербальность понимается нами как основное знаковое средство репрезентативности знания и является одной из основных, так как язык является зеркалом культуры. В нем имеет место быть не только отражение реального мира, но и менталитета, традиций и образа жизни. Наименование "важнейшей" вербальная функция носит ввиду возможности позволить творцу выразить свои неподдающиеся лингвистическому описанию мысли через призму художественного образа. Вербальная репрезентация (письменный текст) невербального объекта (произведение изобразительного искусства) является не только субъектом механического восприятия, переводясь в вербальный код, но также и дополняет, замещает собой объект-первооснову, ввиду "адекватности вербальных описаний объектов самим объектом." Актуальность работы обусловлена теоретическим кругом проблем лингвистики, так как данная тема является малоизученной ввиду появления интереса научно-исследовательского сообщества к модели репрезентации лишь в середине XX века.

**Ключевые слова:** вербальная репрезентация, лингвистическое описание, основное знаковое средство, модель, художественный образ, невербальный объект.

## **FEATURES OF THE VERBAL REPRESENTATION OF PAINTINGS (ON THE EXAMPLE OF PAINTING BY JEAN-MICHEL BASQUIAT: SAMO, SUGAR RAY ROBINSON)**

*Arina S. Konovalova*

Kemerovo State University

This paper examines the verbal representation of works of fine art and the ability to translate the verbal signs of paintings into the language of art criticism. Verbalization is understood by us as the main symbolic means of representativeness of knowledge and is one of the main ones, since language is a mirror of culture. It takes place not only to reflect the real world, but also the mentality, traditions and way of life. The name "most important" is given to the verbal function in view of the possibility to allow the creator to express his thoughts that are not subject to linguistic description through the prism of an artistic image. The verbal representation (written text) of a nonverbal object (a work of fine art) is not only a subject of mechanical perception, being translated into a verbal code, but also complements and replaces the primary object, due to the "adequacy of verbal descriptions of objects by the object itself." The relevance of the work is due

to the theoretical range of problems of linguistics, since this topic is poorly studied due to the emergence of interest in the research community to the model of representation only in the middle of the XX century.

**Keywords:** verbal representation, linguistic description, the main sign means, model, artistic image, nonverbal object.

При интерпретации произведений изобразительного искусства используется информационно-кодовая модель, разработанная Р. Якобсоном: "В самом общем виде такие не коммуникативные отношения устанавливаются и в системе "эстетический объект-получатель или считыватель информации". Однако во время детального рассмотрения данной системы выявляются необычные и специфические особенности в способе коммуникации их участников и возможных перекодировок. [Якобсон с.54 1960] В процессе художественного (творческого) акта (основы замысла и смысла произведения, постепенного воплощения и результата), художник производит обращение, прежде всего к самому себе, создавая субъективный образ произведения изобразительного искусства, соответствуя своим субъективным желаниям и эстетическим представлениям художественной концепции. И только тогда, когда работа над произведением живописи полностью завершена, художественный объект может вступать в эстетическую коммуникацию с адресантом, образуя интерпретационную форму "объект-адресант". Объект во время функционирования подключает к себе коллективную зрительскую аудиторию, что помогает расшифровать смысл изучаемого произведения живописи в нескольких формах. П. Рикер признавал, что имеет место быть множественность вербальных интерпретаций, в следствии определяемое искусствоведам осмысление арт-объекта наслаивается друг на друга, вследствие чего возникает проблема множественности смыслов. [Рикер 28, с 129]

Направление интерпретации задается двумя способами: стилистикой объекта, что по мере усложнения основного смысла конфигурации ведет к еще большему спектру толкований и к субъективному интерпретационному подходу, независимо от ясности или сложности образа. Всё это приводит к негласному, третьему смыслу интерпретации: "буквальному значению" и "очевидному смыслу". Художник является пассивным транслятором различных символов и ценностей культуры, в том числе и лингвистической [Кравченко 2012:205-216]. С помощью своего творчества художник имеет возможность передавать особенности окружающего нас в повседневности мира, в том числе и особенности языка, на котором он говорит. Мастер осознанно ставит акценты на оформлении, которое помогает выразить его культурную принадлежность. Данный социальный феномен можно рассмотреть на примере американского художника-граффитиста Жан-Мишеля Баскии. Философией, на которую был направлен взгляд Баскии, являлась критика современного общественного строя, иерархической системы социума, и художник активно занимался трансляцией этой внутренней идеи на мир. Данная практика была возможна благодаря тому, что творец является пассивным транслятором различных символов и ценностей своей культуры, времени. В том числе, и лингвистических особенностей. [Кравченко 2012:205-216]. Благодаря своему творчеству художник имеет возможность передавать особенности окружающего нас мира и социума, в том числе и особенности языка, на котором он говорит. Мастер осознанно ставит акценты на оформлении, которое помогает выразить его культурную принадлежность. Данное утверждение мы и будем рассматривать на примере американского художника-граффитиста Жан-Мишеля Баскии.

Одним из ярчайших примеров репрезентации окружающего Жан-Мишеля среды является картина "SAMO/Anti Art". Данная работа является характеристикой внутреннего мира художника. Основной тематикой идеи было художественное изображение условных символов и знаков, окружающих нас в современном мире. В работе мастера происходит переход от вербальной к визуальной составляющей. Данный эффект является арт-

коммуникацией, связанной с взаимодействием арт-объекта на объект-адресант. Далее, мы можем определить две фазы визуальной коммуникации, что входит в систему множественности вербальных интерпретаций, о которых мы говорили ранее. Происходит передача информации от арт-объекта к адресанту, т.е. зрителю, образное, обратное воздействие зрителя (адресанта) на арт-объект. К работе Жан-Мишеля "SAMO" мы можем отнести один из эффектов, существующих в арт-коммуникации, под названием "эффект отложенной коммуникации". Благодаря данному эффекту происходит произвольная связь между произведением живописи и зрителем. Несмотря на то, что эффект подразделяется на два вида, в нашем случае релевантен лишь двухсторонний вид, так как именно благодаря взаимному участию в некоем "диалоге" между арт-объектом и адресантом произведение живописи обретает самобытный смысл, стиль и значение в мировой культуре. Указанную теорию можно рассмотреть на примере анализа Леонарда Эммерленга "SAMO" [Basquiat 2018:11].

**Отрывок анализа:** *"The birth of SAMO, with which Basquiat signed his sprayings in SoHO, came with the founding of a school paper in the spring of 1977. For the paper Basquiat drew a comic about a young searcher for truth, who wishes to find a new, contemporary approach. SAMO is the acronym, a corrupted shortening. Whatever its roots, the idea of SAMO grew from its beginnings, as the kernel of a lifestyle, devoid of all ethical substance, to a grand experiment in semiotics with its own language of frustrated sentences. SAMO is the end to mindwash. SAMO is the new art form. These ideas and systems in truth connoting no more than base economic interests. The SAMO project attacked materialist society."* Для описания своей работы историк искусств использовал изобразительно-выразительные лексические средства: метафоры - *the birth of SAMO, searcher for truth, its roots, mindwash*. Также в данном анализе используются эпитеты - *ethical substance, truncated sentence, materialist society*. Также в анализе присутствуют искусствоведческие термины для описания картины: *felt-tip pen, pencil and pen on paper, contemporary approach, semiotics, art-form, made-up, represented*. В анализе работы Жан-Мишеля Баскии "Sugar Ray Robinson" также присутствует набор лексических средств, помогающих искусствоведу описать происходящее на полотне.

**Отрывок анализа:** *"Sugar Ray Robinson was notorious for his excesses at the Cotton Club in Harlem. On his trips he was accompanied by a lot of people of colors, and he had very exclusive tastes in clothing, just like Basquiat did. Basquiat's homage to this black fighter shows honoring of Jackie Robinson, the script of the boxer's name and the halo of a crown, though the work has a more disquieting aura with its wholly black background and skull-like depiction on the face. All of the gloominess and frustration generated by the repression of a white-dominant society, against which the boxer understandably used his arrogant and wasteful behavior as a bulwark, is contained in his simple work."* В данном отрывке анализа, прежде всего, несложно заметить сравнение - *as a bulwark*. Также, мы можем наблюдать несколько метафор - *depiction, skull-like, gloominess and frustration*. Есть некоторое количество эпитетов - *notorious, honoring*. Не обходится, как и в любом другом тематическом анализе и без искусствоведческих терминов - *homage, accompanied, an entourage, acrylic and oil-stick on canvas, white-dominated society*.

Благодаря лексико-изобразительным приемам, искусствоведческий анализ позволяет нам рассматривать визуальную арт-коммуникацию в контексте изобразительного искусства, так как все формы человеческого познания имеют свойство раскрываться именно в языке [Тер-Минасова 2008:261]. Язык творца, который существует как разновидность форм репрезентации, предстает перед нами через призму образа, так как для художника именно невербальное самовыражение является способом передать эмоции, которые не способны достаточно ярко окрасить слова [Выготский 1997:61]. Однако, ввиду разнообразных лексико-грамматических приемов, которые мы уже проанализировали в данном тексте, историки искусств могут расшифровать нам настроения и замыслы художника.

### Литература и источники

1. Выготский Л.С. Психология искусства: анализ эстетической реакции, 5-е изд.испр.и доп. М:Лабиринт, 1997. С 61.
2. Елина Е.А. Вербальные интерпретации произведений изобразительного искусства. Волгоград., 2003.
3. Кравченко А.В. "Репрезентация мыслительных структур в языке" как тема научного дискурса // Когнитивные исследования языка. №12. 2012. С. 205-216.
4. Мусин Д.З. Роль репрезентации в процессе восприятия в концепции М. Вартофского // Вестник ОГУ. №11 (105). 2009. С. 124-132.
5. Рикер, П. Конфликт интерпретаций. Очерки о герменевтике. Франция, 1969, С.129.
6. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация: учебное пособие. М.: Слово, 2008. 261 с.
7. Якобсон Р.О., Функции языка. США, 1960, С.198.

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

УДК 811.111'42

#### **“ALICE IN WONDERLAND” Л. КЭРРОЛЛА КАК ПРЕЦЕДЕНТНЫЙ ТЕКСТ НА МАТЕРИАЛЕ СОВРЕМЕННОГО АНГЛОЯЗЫЧНОГО ПЕСЕННОГО ДИСКУРСА**

*Солдатова А.С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[alyashura2000@gmail.com](mailto:alyashura2000@gmail.com)

Статья посвящена исследованию особенностей использования сказочной повести «Алиса в Стране чудес» (“Alice in Wonderland”, 1865) английского писателя Льюиса Кэрролла (1832-1898) в качестве прецедентного текста в рамках современного англоязычного песенного дискурса. Обладая прецедентной природой, текст данной сказки содержит в себе имена, высказывания и ситуации, которые являются общеизвестными для представителей англоязычной лингвокультуры. Одним из компонентов данной лингвокультуры является песенный дискурс, целью которого является эмоциональное воздействие на слушателя, в том числе за счёт тех языковых средств, которые автор использует в тексте песни. В связи с этим особый интерес представляет осуществить анализ особенностей употребления элементов прецедентного текста «Алиса в Стране чудес» в песнях современных англоязычных исполнителей, текст которых содержит цитаты или аллюзии на данное произведение. Осуществлённый анализ позволил на языковом уровне установить наиболее продуктивные элементы данного прецедентного текста, а также основанные на них стилистические приёмы, встречающиеся в анализируемых композициях. Кроме того, в результате исследования на семантическом уровне были выявлены общие мотивы, характерные для смыслового наполнения анализируемых композиций.

**Ключевые слова:** прецедентность, прецедентный феномен, прецедентный текст, прецедентное имя, песенный дискурс, аллюзия.

#### **“ALICE IN WONDERLAND” BY L. CARROLL AS A PRECEDENT TEXT ON THE MATERIAL OF MODERN ENGLISH SONG DISCOURSE**

*Soldatova A.S.*

The article is devoted to the analysis of the peculiarities of the use of the fairy tale “Alice in Wonderland” (1865) by the English writer Lewis Carroll (1832-1898) as a precedent text within the framework of modern English-language song discourse. Having a precedent nature, the text of this fairy tale contains names, sayings and situations that are generally known to representatives of the English-speaking linguistic culture. One of the components of this linguistic culture is song discourse, the purpose of which is to influence the emotions of the listener via linguistic means that the author uses in the text of the song. In this regard, it is of particular interest to analyze the features of the use of elements of the precedent text “Alice in Wonderland” in the songs of modern English-speaking music bands, the text of which contain quotations or allusions to this work. The performed analysis has allowed to establish the most productive elements of this precedent text, as well as stylistic techniques based on them that are found in the analyzed compositions at the linguistic level. In addition to this, as a result of research at the semantic level, general motives that are common to the semantic content of the analyzed compositions were also revealed.

Key words: precedence, precedent phenomena, precedent text, precedent name, song discourse, allusion.

На современном этапе развития лингвистической науки особый интерес вызывает вопрос взаимосвязи языка и культуры. Особое внимание в данных исследованиях уделяется тем языковым единицам, которые используются в устной или письменной речи под влиянием социокультурных факторов. Исследованию данных языковых единиц посвящены работы по изучению прецедентности текста. Ю. М. Караулов определяет прецедентность в качестве «включённости в фонд обязательных знаний в данной национальной культуре и общности, знакомости каждому носителю данного языка» [1, с. 108]. Природа прецедентности предполагает, что адресат сообщения обладает системой определённых знаний и представлений, обусловленных с исторической, социальной и культурной точек зрения. Наличие данных знаний и представлений у адресата способствует более полному и информативному восприятию сообщения. Прецедентные феномены представляют собой «основные элементы когнитивной базы, то есть совокупности знаний и представлений, релевантных как для отправителя, так и для реципиента информации» [2, с. 17]. Одной из разновидностей прецедентного феномена является прецедентный текст.

Согласно определению Ю. М. Караулова, прецедентный текст представляет собой «текст, значимый для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, обращение к которому возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности» [3, с. 216]. Основным свойством прецедентного текста является его сверхличностная природа, благодаря которой данный текст является хорошо известным носителям конкретной лингвокультуры, являющихся представителями разных поколений. Например, одним из наиболее известных прецедентных текстов англоязычной лингвокультуры является произведение Льюиса Кэрролла «Алиса в Стране чудес» (“Alice in Wonderland”, 1865). Данный текст может быть воспроизведён в качестве цитаты, отсылки или аллюзии в других художественных произведениях – книгах, фильмах, текстах песен. При этом он остаётся узнаваемым, делает создаваемый автором образ более ярким, красочным благодаря возникающим у адресата (читателя, зрителя, слушателя) ассоциациям: «в результате использования прецедентного текста его значение обогащается дополнительными контекстными смыслами» [4, с. 155]. Особую роль прецедентные тексты играют в текстах песен.

Англоязычный песенный дискурс представляет собой «один из жанров досуговой коммуникации молодёжной субкультуры с присущими ему лингвистической и экстралингвистической спецификой» [5, с. 98]. Главной целью песенного дискурса является не только донесение смысла песни, но и эмоциональное воздействие на слушателя, в результате которого у него формируются определённая ценностная реакция на ту или иную

композицию. На уровне текста песни особую роль играет подбор лингвосомиотических единиц, которые бы в условиях сравнительно небольшого объёма наиболее ярко и сжато передали художественный образ, задуманный автором. В этом случае использование прецедентных текстов является одним из способов лаконичного и вместе с тем образного выражения мысли. В связи с этим особый интерес представляет проанализировать особенности употребления прецедентного текста «Алиса в Стране чудес» в рамках англоязычного песенного дискурса.

В песне “Sunshine” американской рок-группы Aerosmith в строках *“I sold my soul for a one night stand / I followed Alice into Wonderland / I ate the mushroom and I danced with the queen <...> I followed daylight right into the dark / Took to the hatter like a walk in the park”* («Я продал бы душу за одну ночь / Я последовал за Алисой в Страну чудес / Я ел грибы и танцевал с королевой <...> Я видел, как дневной свет сменяется тьмой / Восприняв шляпника, как прогулку в парке») описано стремление лирического героя вырваться из окружающей его действительности. Однако побег в мир иллюзий не приносит персонажу облегчения: *“I got the karma but, it don't come free / I'll chase that rabbit up old oak tree”* («Я заслужил эту карму, но это кое-чего стоило / Я вновь побегу за кроликом под дерево»). При этом элементы прецедентного текста использованы в данном случае для создания образа иного, удивительного и радостного мира, который для героя является недостижимым миром фантазий.

Схожие мотивы использования прецедентного текста наблюдаются в тексте песни “С’mon” группы Panic! At The Disco: *“I cannot seem to find my way home tonight / Feels like I am falling down a rabbit hole / Falling for forever, wonderfully wandering alone”* («Сегодня вечером я не могу найти путь домой / Я как будто падаю в кроличью нору / Падаю в вечность, чудесно блуждаю в одиночестве»). В песне также повествуется об одиночестве лирического героя, которое описывается при помощи сравнения (*“feels like I am falling down a rabbit hole”*), а также о его стремлении изменить своё существование и неспособности сделать это самостоятельно.

Психологическое состояние лирического героя также описано при помощи элементов прецедентного текста «Алиса в Стране чудес» в песне “Her Name Is Alice” группы Shinedown: *“The girl that chased the rabbit, drank the wine, and took the pill <...> And through the looking glass we see she's painfully returned / But now off with her head I fear is everyone's concern”* («Девочка, бежавшая за кроликом, выпила вина и проглотила пилюли, / И хотя глядя в зеркало, мы видим, что она вернулась с горечью, / Но, боюсь, сейчас всех должно волновать “Голову с плеч!”»). Возвращение из мира грёз в реальность становится для героини мучительно болезненным состоянием, в описании которого использована знаменитая фраза *“off with her head”*, являющаяся прецедентным высказыванием.

Использование «Алисы в Стране чудес» в качестве прецедентного текста встречается также в песне группы Нурпогаја под названием “Looking Glass”, которое само по себе является аллюзией на название книги-продолжения «Алиса в Зазеркалье» (*“Through the Looking-Glass”*). В строках *“Chase away all the funny pain down the rabbit hole / And another world awaits behind the little door”* («Прогони прочь всю забавную боль в кроличью нору / И другой мир ждёт за маленькой дверью») вновь появляется уже знакомый нам мотив противопоставления реального мира как мира боли и страданий и фантастического мира счастья. Однако и этот иллюзорный мир оказывается достаточно коварным и опасным: *“All are welcome in Wonderland / ‘til the queen screams “Off with your head!””* («Добро пожаловать в Страну чудес / Пока королева не закричит: «Голову с плеч!»»).

Ещё одним примером описания психологического состояния лирического героя при помощи прецедентного текста «Алиса в Стране чудес» служит песня “Alice” Лизы Митчелл: *“Sometimes I feel like Alice / In a Wonderland chasing rabbits / Cheshire cats and mad hatters / A better world”* («Иногда я чувствую себя Алисой / В Стране чудес гоняясь за кроликами / Чеширскими котами и безумными шляпниками / За лучшим миром»). В данном фрагменте использовано прямое сравнение лирической героини себя с Алисой (*“I feel like*

*Alice*»). Схожесть ощущений персонажей подчёркивается фразой “*No, my name's not Alice but I know how she felt*” («Нет, меня зовут не Алиса, но я знаю, что она чувствовала»).

Таким образом, можно сделать вывод, что «Алиса в Стране чудес» в качестве прецедентного текста является важным компонентом современного англоязычного песенного дискурса. На языковом уровне наиболее продуктивными элементами данного текста, встречающиеся в анализируемых композициях, являются: прецедентное имя “*Alice*” («Алиса»), наименования других персонажей (“*Mad Hatter*” «безумный шляпник», “*Cheshire Cat*” «Чеширский кот» и т.д.), прецедентное высказывание “*Off with her head*” («Голову с плеч!»). Основными стилистическими приёмами, используемыми в данных текстах, являются сравнение и аллюзия, призванные более ярко и образно описать внутреннее состояние лирических героев. На семантическом уровне данные композиции объединяет мотив попытки бегства от угнетающей реальности и одиночества в причудливый мир фантазий, куда герои не могут попасть самостоятельно, но лишь благодаря вмешательству неких потусторонних сил, олицетворением которых и является Страна чудес.

### Литература и источники

1. Караулов, Ю. Н. Роль прецедентных текстов в структуре и функционировании языковой личности / Ю. Н. Караулов // Научные традиции и новые направления в преподавании русского языка и литературы: докл. сов. делегации на 6-м конгр. МАПРЯЛ. – М., 1986. – С. 105-126.
2. Олизько, Н. С. Интертекстуальный анализ художественного произведения: учеб. пособие / Н. С. Олизько; Челяб. гос. ун-т. – Челябинск: Энциклопедия, 2008. – 147 с.
3. Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – М.: ЛКИ, 2010. – 264 с.
4. Красных, В. В. Основы психолингвистики и теории коммуникации / В. В. Красных. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2001. – 270 с.
5. Астафурова Т. Н., Англоязычный песенный дискурс / Т. Н. Астафурова, О. В. Шевченко // Дискурс-Пи. – 2016. – № 23. – С. 98-101.

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

УДК 81`42

## ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ФЕНОМЕНЫ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ПРЕДВЫБОРНОЙ РЕЧИ ДОНАЛЬДА ТРАМПА)

*Власова А.А.*

ФГБОУ ВО “Кемеровский государственный университет”

[anastasiaandrev@rambler.ru](mailto:anastasiaandrev@rambler.ru)

Данная статья посвящена исследованию прецедентных феноменов в политическом дискурсе 45-ого президента Соединенных Штатов Америки Дональда Трампа. Политический дискурс США насыщен феноменами прецедентности, которые являются составляющими когнитивной базы в современном политическом дискурсе. В связи с этим существуют различные типы феноменов прецедентности, которые неоднократно воспроизводятся в речи политиков и функционируют как единицы дискурса. Прецедентные феномены способствуют реализации функции воздействия, идеологической и мобилизационной функций политического дискурса. Рассматриваются понятие, виды, характеристики и функции прецедентных феноменов, а также основные языковые функции политической коммуникации. Дается характеристика языковых признаков политического

дискурса. Анализируется роль прецедентных феноменов в предвыборной речи американского экс-президента Дональда Трампа. Анализ практического материала позволяет выявить области культурного знания, к которым происходит обращение Дональда Трампа, определить, как адресат и адресант взаимодействуют между собой, оперируя культурно-значимой информацией, воплощённой в прецедентных феноменах. Исследуется, каким образом прецедентные единицы способствуют воздействию на сознание электората. Материал написан на основе анализа трудов отечественных авторов, в которых раскрыт современный политический дискурс, язык политики, методы и приемы речевого воздействия в политической сфере.

**Ключевые слова:** политический дискурс, политическая коммуникация, прецедентные феномены, прецедентный текст, прецедентная ситуация, прецедентное имя.

## **PRECEDENT PHENOMENA IN POLITICAL DISCOURSE (BASED ON THE MATERIAL OF DONALD TRUMP'S ELECTION SPEECH)**

**Vlasova A.A.**

**Kemerovo State University**

anastasiaandrev@rambler.ru

This article is devoted to the study of precedent phenomena in the political discourse of the 45th President of the United States of America, Donald Trump. The political discourse of the USA is full of precedent phenomena which make the components of the cognitive base in modern political discourse. In this regard, there are various types of precedent phenomena that are regularly reproduced in public speeches of politicians and function as discourse units. Precedent phenomena contribute to the implementation of the function of influence, ideological and mobilizing functions of political discourse. The concept, types, characteristics and functions of precedent phenomena, as well as the main linguistic functions of political communication are considered. The characteristics of the linguistic features of political discourse are given. The role of precedent phenomena in the election speech of the American ex-President Donald Trump is analyzed. The analysis of the practical material makes it possible to identify the areas of cultural knowledge that Donald Trump addresses, to determine how the speaker and the recipient interact with each other, operating with culturally significant information embodied in precedent phenomena. It is determined how the precedent units contribute to the impact on the consciousness of the electorate. The material is based on the analysis of works of Russian authors, which reveal the modern political discourse, the language of politics, methods and techniques of speech influence in the political sphere.

**Key words:** political discourse, political communication, precedent phenomena, precedent text, precedent situation, precedent name.

В современном обществе политическая сфера является неотъемлемой частью социальной жизни, а политическая коммуникация рассматривается как один из ее элементов. Публичные выступления политиков являются одним из важных факторов, способствующих формированию общественного мнения. Большую роль играют особенности самой политической речи, то есть ее лингвистические аспекты. Особый интерес вызывают прецедентные феномены, которые отражают национально-культурную специфику дискурса. С целью рассмотрения прецедентных единиц в политическом дискурсе и выявления их роли была проанализирована предвыборная речь 45-ого президента Соединенных Штатов Америки Дональда Трампа.

Современные ученые-лингвисты выделяют узкий и широкий подход к определению политического дискурса. Голландский лингвист Т. Ван Дейк дает следующее его определение в узкой форме: «Политический дискурс – представляет собой некий класс жанров, которые ограничены определенной социальной и политической сферой» [1, с.87]. В широком плане политический дискурс характеризуется свободным

стилем и характером речи. Так, Е.И. Шейгал определяет политический дискурс, как «любые речевые образования, содержание которых относится к сфере политики» [2, с.121].

Важнейшими функциями политического дискурса являются идеологическая, мобилизационная и функция воздействия.

Идеологическая функция заключается в формировании у аудитории определенных взглядов при помощи языковых средств. Мобилизационная функция помогает убедить электорат поддерживать позицию группы политиков и массово откликаться на ее защиту. Функция воздействия заключается во влиянии адресанта на сознание и действия реципиента [3, с. 93-292].

Риторика является важнейшим инструментом воздействия на аудиторию, и поэтому составляет неотъемлемую часть политического дискурса. Применение риторики предполагает не только умение красиво и правильно говорить, но и способность изложить идеи энергично и убедительно, сочетая театральность и экспрессивность речи с политической информативностью. Зачастую залогом успеха политика являются именно его коммуникативные способности, а не профессионализм.

Среди коммуникативных целей политического дискурса можно отметить завоевание, удержание или сохранение власти. В связи с этим политическая коммуникация ограничивается четкими профессиональными рамками. Язык политической речи характеризуется идеологической структурированностью и ограниченностью в формулировках. Отмечается использование политиками приемов, помогающих установить высокую степень доверия между оратором и аудиторией, а также привлечь внимание к важным моментам. Например, к таким приемам относится использование метафор, параллелизмов, инверсии, дейктических местоимений и т.д.

Для того, чтобы сделать свою речь более убедительной и доступной для целевой аудитории, политики нередко прибегают к использованию цитат и отсылок в речи. Они добавляют необходимую экспрессию и подчеркивают культурную принадлежность [4]. К таким отсылкам относятся прецедентные феномены. Они являются одной из культурных реалий и часто наблюдаются в речи политиков в процессе их выступлений. Так, в предвыборной речи экс-президента США Дональда Трампа, отмечается немалое количество прецедентных феноменов.

Ю.Н. Караулов в своей монографии «Русский язык и языковая личность» определяет прецедентный феномен как текст, значимый для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, имеющий сверхличностный характер, обращение к которому возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности» [5, с. 216].

Согласно теории прецедентных феноменов выделяют следующие типы: прецедентное высказывание, прецедентный текст, прецедентное имя, прецедентная ситуация (обозначается прецедентным высказыванием или прецедентным именем).

Одними из основных функций прецедентных феноменов, реализуемых в политическом дискурсе, можно отметить функцию воздействия и оценочную функцию. Под функцией воздействия на адресата понимается апеллирование к набору стереотипов и ценностей, которые формируют национально-культурное своеобразие картины мира человека. Оценочность суждений предполагает, что прецедентные феномены почти всегда субъективны, заключают в себе позицию автора. [6, с. 46].

Речь Дональда Трампа, произнесенная 16 июля 2015 года во время предвыборного выступления в Нью-Йорке, служит образцом убеждения и создания такой «картины мира», которая затрагивает все наиболее значимые аспекты общественно-политической жизни США.

В ходе речи он коротко дает оценку многим своим оппонентам, подчеркивая тем самым контраст между своей готовностью к изменениям и их политической несостоятельностью и отделенностью от народа: «I mean, you looked at *Bush*, it took him five days to answer the question on *Iraq*. He didn't know. I said, «Is he intelligent?»» В данном случае использованы

сразу два прецедентных для США имени – Буш и Ирак в контексте прецедентной ситуации – кровопролитная война в Ираке.

Говоря, что стране необходим по-настоящему великий лидер, который бы значительно повысил уровень жизни в США, Дональд Трамп делает недвусмысленную ремарку: «We need a leader that wrote *«The Art of the Deal»*. В данном случае имеет место упоминание прецедентного текста книги авторства самого Трампа «Искусство сделки» [Trump, 1990]. Так, кандидат в президенты дает понять своим избирателям, что именно он может успешно заключить все выгодные для страны сделки, поскольку обладает соответствующими знаниями, навыками и опытом.

Кроме того, говоря о прецедентных текстах, использованных Трампом в своей предвыборной речи, нельзя не отметить отсылки к Библии: «I will be the greatest jobs president that God ever created». Поскольку сама программа данного политика рассчитана, прежде всего, на «добропорядочных американцев», использование таких прецедентных текстов должно способствовать созданию положительного политического имиджа и вызывать одобрение данной группы электората.

Сюда же можно отнести и прецедентные имена, носящие выраженную историческую коннотацию. Вот как Трамп обещает найти для американской армии грамотного лидера: «I will find the General Patton or I will find General MacArthur». Обе исторические личности: и генерал Джон Смит Паттон, и генерал Дуглас МакАртур являются прецедентными фигурами в американской истории. Оба отличались жесткостью, железной дисциплиной, которую различными методами внедряли во вверенные им войска, а также непримиримостью к противнику и принципиальностью в национальном вопросе.

Периодически в речи встречаются прецедентные феномены, не относящиеся ни к политике, ни к истории, ни к экономике. Они чаще всего направлены на создание некоего образа человека, понимающего обыкновенных людей. Так, говоря о политике Китая и росту его экономической мощи, политик использует следующую фразу: «But their leaders are much smarter than our leaders, and we can't sustain ourself with that. There's too much— it's like— it's like take *the New England Patriots and Tom Brady and have them play your high school football team*. That's the difference between China's leaders and our leaders». Здесь наблюдается синтез прецедентных имен (*the New England Patriots and Tom Brady*) и прецедентной ситуации. Имя Тома Брэди в американской культуре известно благодаря его спортивным победам в американском футболе, рэгби. Будучи запасным квотербеком Том Брэди вместе с командой *the New England Patriots* из самых проигрышных позиций стали абсолютными лидерами Национальной Футбольной Лиги США. Использование в речи таких прецедентных имен определенно способствует установлению доверительных отношений с аудиторией.

Проанализировав речь Дональда Трампа на выступлении в Нью-Йорке, можно сделать вывод, что он активно использует прецедентные феномены в построении дискурса. Согласно статистическому анализу, наиболее часто используются прецедентные имена (13) и прецедентные ситуации (13). Обращений же к прецедентным текстам в его речи всего насчитывается всего 4. Наиболее частотны прецедентные феномены, связанные с политикой, экономикой и историей. Они служат для усиления аргументации, формирования образа сильного, уверенного и осведомленного политика. Использование прецедентных единиц в политическом дискурсе Дональда Трампа обусловлено формированием особого политического имиджа, желанием выстроить доверительную коммуникацию со своей аудиторией, а также для достижения основных целей политического дискурса: воздействия и мобилизации.

#### Литература и источники

1. van Dijk, T. A. *Communicating Ideologies. Multidisciplinary Perspectives on Language, Discourse and Social Practice.* / T. A. van Dijk. – Frankfurt/Main: Peter Lang, 2004. – 702 pp.

2. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. – М.: Гнозис, 2004. – 326 с.
3. Чудинов А.П. Современная политическая коммуникация : учебное пособие - Уральский государственный педагогический университет. Екатеринбург, 2009, С. 292.
4. Фомин И. В. Образ государства: возможности политического дискурс-анализа (на примере образа Косова) // Полис. - М., 2014 а. - № 2. - 147 с.
5. Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность. / Ю. Н. Караулов. – М.: Наука, 2010. – 264 с.
6. Усмонов Р.А. Политический дискурс в языке культуры: содержание и функции // Язык. Словесность. Культура. 2017 – 57 с.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Дашкова С.Ю., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

**УДК 808.51**

**КРИТЕРИИ УСПЕШНОГО ПУБЛИЧНОГО ВЫСТУПЛЕНИЯ  
(НА МАТЕРИАЛЕ КИТАЙСКОЙ И РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУР)**

*Ковалева С. Н.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[kovaleva14sn56@gmail.ru](mailto:kovaleva14sn56@gmail.ru)

Основная задача публичного выступления – донести необходимую для оратора информацию и сформировать нужную позицию у аудитории. Поэтому он должен позаботиться не только о том, что он скажет, но и как он будет говорить. Для установления контакта с аудиторией ему необходимо использовать приемы привлечения внимания слушателей. В работе представлено изучение приемов управления вниманием в российских и китайских публичных выступлениях.

Ключевые слова: публичное выступление, приемы управления вниманием.

**CRITERIA FOR A SUCCESSFUL PUBLIC SPEECH  
(ON THE MATERIAL OF CHINESE AND RUSSIAN LINGUISTIC CULTURES)**

*Kovaleva S. N.*

Kemerovo State University

The main task of a public speech is to convey the information necessary for the speaker and to form the necessary position among the audience. Therefore, he must take care not only of what he says, but also how he speaks. To establish contact with the audience, he needs to use techniques to attract the attention of the audience. The paper presents the study of attention management techniques in Russian and Chinese public speaking.

Key words: public speaking, attention management techniques.

У публичного выступления богатая и долгая история, что доказывает его универсальность как самого действенного способа донесения информации и интеракции с большой аудиторией.

Поскольку одним из критериев успешной коммуникации является критерий эффекта, важно изучать, с помощью каких приемов можно привлечь и удерживать внимание

аудитории. Цель нашего исследования – определить особенности управления вниманием слушателей в китайских и русских публичных выступлениях.

Объектом изучения выступают приемы управления вниманием в публичных выступлениях. Предметом изучения являются приемы управления вниманием аудитории, ведущие к успешной коммуникации во время публичного выступления в российской и китайской лингвокультуре.

В ходе анализа политических публичных выступлений (В.В. Путина, Д.А. Медведева и др.) были выделены приемы управления вниманием, свойственные представителю русской лингвокультуры.

Чаще всего в речах русскоязычных ораторов используются следующие приемы:

– шутка (*И если мои рассуждения покажутся нашим коллегам излишне полемически заостренными либо неточными, я прошу на меня не сердиться – это ведь только конференция. И надеюсь, что после двух-трех минут моего выступления господин Тельчик не включит там “красный свет”* В.В. Путин);

– цитаты: (*Как сказал еще в первые дни разгоравшейся Второй мировой войны Франклин Рузвельт: “Где бы ни был нарушен мир, мир повсюду оказывается в опасности и под угрозой”* В.В. Путин). Выбор на эту цитату пал не случайно. Она призвана привлечь внимание именно американцев на обсуждаемую проблему. Рузвельт является авторитетом для американцев, поэтому его цитата привлекает их внимание.

– фразеологизмы (*Как говорят у нас в России, это все равно, что “правой рукой дотягиваться до левого уха”* В.В. Путин);

– прямое обращение (*Спасибо большое, уважаемая госпожа федеральный канцлер, господин Тельчик (главный организатор конференции), дамы и господа!* В.В. Путин);

– вопросно-ответная форма повествования (*«Why do I think Wikipedia is important? First of all, if VK has a predictable financial future, then Wikipedia's financial future is unpredictable» (Почему я думаю, что Википедия важна? Прежде всего, если у VK предсказуемое финансовое будущее, то финансовое будущее Википедии непредсказуемо); «Why is this happening? Obviously because Wikipedia contains structured objective information» (Почему это происходит? Очевидно, потому, что Википедия содержит структурированную объективную информацию); «Why is it important to be more altruistic and less greedy? Many web services exist because users generate content and share their information» (Почему важно быть более альтруистичными и менее жадными? Многие веб-сервисы существуют благодаря тому, что пользователи генерируют контент и делятся своей информацией.* П. Дуров);

– повтор (*И ведет к тому, что никто уже не чувствует себя в безопасности. Я хочу это подчеркнуть – никто не чувствует себя в безопасности!* В.В. Путин);

– единоначатие (*Формат конференции дает мне возможность избежать “излишнего политеса” и необходимости говорить округлыми, приятными, но пустыми дипломатическими штампами. Формат конференции позволяет сказать то, что я действительно думаю о проблемах международной безопасности* В.В. Путин).

Также в их выступлениях часто используются тропы и стилистические фигуры:

– метафоры (*И как всякая война – “война холодная” оставила нам и “неразорвавшиеся снаряды”* В.В. Путин);

– риторические вопросы: (*Кому нужен очередной виток неизбежной в этом случае гонки вооружений?; Неужели вновь потребуются долгие годы и десятилетия, смена нескольких поколений политиков, чтобы “разобрать” и “демонтировать” эти новые стены?* В.В. Путин).

Привлечения внимания слушателей с помощью содержания выступления. Так, большая часть выступления В. В. Путина по случаю наступления нового 2020 года обращена к прошлому, ценному для аудитории: *«Наше единство – основа достижения любых самых высоких целей. Эти ценности нам передали наши предки – героическое, несгибаемое*

поколение победителей. В наступающем году мы будем отмечать 75 лет Победы в Великой Отечественной войне. От всей души поздравляю с новогодними праздниками фронтовиков и тружеников тыла, людей старшего поколения, всех, кто прошел через тяжелейшие испытания ради нас с вами, ради будущего нашей Родины. Низкий вам поклон!».

Перечисленные приемы используются и в китайских текстах. Их отличительной чертой является более частое использование метафор и устойчивых выражений: «岁月不居, 时光如流» (Время течет как вода, день сменяется новым, год за годом); «我们改革的脚步不会停带, 开放的大门只会越开越大» (Наши шаги реформирования не прекращаются, наши двери открываются внешнему миру всё шире и шире); «70年披荆斩棘, 70年风雨兼程» (В течение 70 лет мы сметали всяческие стоящие на нашем пути препятствия, преодолевали бури) Си Цзинь Пинь).

Таким образом, в ходе исследования нам удалось выделить сходства и отличия построения публичных выступлений в китайском и российском социумах. Если для российских выступлений свойственны больше синтаксические приемы привлечения внимания (вопросно-ответная форма, риторические вопросы, единоначатия и т.д.), то в китайских выступлениях основным приемом привлечения внимания будет метафора, что связывается с особой образностью китайского языка.

### Литература и источники

1. Волков, А.А. Курс русской риторики. — М.: Издательство храма св. муч. Татианы, 2001.—С. 480.
2. Клейтон, М. Как говорить, чтобы вас слушали / М. Клейтон — «Претекст», 2013. — С. 165
3. Зарецкая, Е. Н. Риторика: Теория и практика речевой коммуникации. — 4-е изд. — М.: Дело, 2002. — 480 с.

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

УДК 81

### СТИЛИСТИЧЕСКИЙ ПРИЕМ ПОВТОРА В ПЕСНЕ «FAR AWAY» АНГЛОЯЗЫЧНОЙ КАНАДСКОЙ РОК-ГРУППЫ «NICKELBACK»

*Денисенко А.В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[nastyadenisenko16@gmail.com](mailto:nastyadenisenko16@gmail.com)

В рамках настоящего исследования речь пойдет о повторе как одном из наиболее функционально значимых изобразительно-выразительных средств. Предметом исследования послужили лингвостилистические особенности песни «Far away» канадской рок-группы «Nickelback». В связи с тем, что в настоящее время песенное творчество пользуется особой популярностью, лингвисты ввели такое понятие, как «песенный дискурс». Они определили его как словесно-музыкальную совокупность, уделяя главное внимание вербальному компоненту. Современный песенный текст представляет собой особое языковое явление, вербальная часть музыкального произведения которое, однако, пока не было удостоено пристального лингвистического внимания. Песня как малый стихотворный жанр имеет характерные стилистические особенности и четко очерченную ритмическую структуру. В данной работе мы рассматриваем повтор как стилистическую фигуру, заключающаяся в намеренном повторении одного и того же слова либо речевой конструкции в рамках одного словосочетания или целого текста. Это

386

средство, которое связывает текст, подчеркивая его важные показатели, как ритм, рифма и частотность. Тем самым формальная и структурная простота песни достигается за счёт разного вида повторов. Данный стилистический прием реализует функцию передачу эмоций и внутренних переживаний создателя музыкального произведения.

**Ключевые слова:** дискурс, песенный дискурс, текст, песня, повторение, стилистическое средство.

## **STYLISTIC TECHNIQUE OF REPETITION IN THE SONG "FAR AWAY" BY THE ENGLISH-SPEAKING CANADIAN ROCK BAND "NICKELBACK"**

*Denisenko A.V.*

Kemerovo State University

In the scope of this study, we will focus on repetition as one of the most functionally significant visual and expressive means. The subject of the study was the linguistic and stylistic features of the song "Far away" by the Canadian rock band "Nickelback". Due to the fact that at present song creativity is particularly popular, linguists have introduced such a concept as "song discourse". They defined it as a verbal-musical combination, focusing on the verbal component. The modern song text is a special linguistic phenomenon, the verbal part of a musical work, which, however, has not yet received close linguistic attention. The song as a small poetic genre has characteristic stylistic features and a well-defined rhythmic structure. In this paper, we consider repetition as a stylistic figure consisting in the deliberate repetition of the same word or speech structure within a single phrase or a whole text. It is a means that binds a text, emphasizing its important indicators like rhythm, rhyme, and frequency. Thus, the formal and structural simplicity of the song is achieved through different types of repetitions. This stylistic technique implements the function of transmitting emotions and internal experiences of the creator of a musical work.

**Keywords:** discourse, song discourse, text, song, repetition, stylistic means.

Актуальность темы исследования заключается в том, что в настоящее время песенный дискурс является одним из самых востребованных и актуальных предметов лингвистического исследования. Это объясняется тем, что в современной науке данной теме посвящено не так много работ и особенные характеристики англоязычного песенного текста ещё не были предметом специального лингвистического анализа. Также, в настоящее время наблюдается возрастающий интерес к песне как наиболее распространенному жанру вокальной музыки, который транслирует не только основные культурно значимые ценности, но и передает эмоциональные и внутренние переживания создателя музыкального произведения. Изучение феномена текста песенного дискурса в современной лингвистике в наши дни как никогда ранее имеет повышенный интерес, так как песенный дискурс имеет большую популярность и пользуется широкой известностью, то есть нацелен на широкую аудиторию.

В современной лингвистике термин дискурс представляет собой сложность, потому что является объектом междисциплинарного учения. При анализе дискурса различные лингвисты и языковеды интерпретировали данное понятие по-разному, принимая во внимание ситуационные, прагматические и социокультурные факторы. Проанализировав определения дискурса, данные такими учеными как Е.С. Кубрякова, Т.А. Ван Дейк, мы сделали вывод, что термин «дискурс» - близкий по смыслу к понятию «текст», но отражающий зависимость создаваемого речевого произведения от значительного количества экстралингвистических обстоятельств – знаний о мире, мнений, установок и конкретных целей говорящего как создателя текста, необходимых при его восприятии [1, с.53]

Одним из ключевых терминов данной работы является словосочетание песенный дискурс. Он выступает основным понятием в работе Л.П. Кучуковой. Она рассматривала

его как словесно-музыкальную совокупность, уделяя главное внимание вербальному компоненту. Не вызывает сомнений то, что песня оказывает влияние на слушателя целостностью словесно-музыкального оформления. Песня как малый стихотворный жанр имеет характерные стилистические особенности и четко очерченную ритмическую структуру.

Рассматривая лингвостилистические особенности музыкальных композиций исполнителя Nickelback, мы увидели, что повтор является одним из наиболее распространенных средств художественной выразительности. Песня «Far away» является ярким примером использования данного средства. Просмотрев текст, мы можем сразу заметить наличие повтора отдельных лексем: *this time, this place; you know, you know*, описывающие эмоциональное состояние лирического героя и трепетное чувство, которое он хранит в своем сердце. Фонетические повторы разного рода являются отличительной чертой поэтического текста. Например, в песне аллитерация проявляется через повтор звуков [m], [l]: *misused, mistakes, dreaming; long, late, love, along, hold, leaving*, которые добавляют мелодичную окраску целому тексту. Ассонанс не менее частотен, с помощью звуков [a], [o]: *one, love, along, far, stop, go, anymore* достигается плавность и напевность. Рассматривая разные виды повторяющихся конструкций, выделяем лексическую анафору: *Too long, Too late; Just one chance, Just one breath*, которая придает тексту динамичность. *I'd give for us, Give anything but I won't give up; I wanted, I wanted you to stay; Cause I needed, I need to hear you say* – пример анадиплосиса. Это повтор последних слов одного речевого отрезка в начале последующего, таким образом части соединяются в единую фразу. Анадиплосис не только усиливает логическую связь между частями предложения, но и делает акцент на важных деталях.

Таким образом, проанализировав одну из песен данного исполнителя, мы удостоверились, что повтор является ключевым синтаксическим средством. В данной работе рассматривается как повтор на различных уровнях текста влияет на план содержания песни. Он помогает сохранить ритмический рисунок музыкальной композиции и донести намерения автора до слушателя, оказать на него эмоциональное воздействие.

#### Литература и источники

1. Ван Дейк Т. А. Язык, познание, коммуникация. Москва: 1989. — 312 с.
2. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. Москва: Гнозис, 2003. — 280 с.
3. Кучукова Л.П. Грамматическая характеристика народно-песенного лирического дискурса. Тверь: 2004 — 130 с.
4. Гальперин А.И. Очерки по стилистике английского языка. – Москва: Издательство литературы на иностранных языках, 1958. — 462 с.
5. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка – Москва: Флинта: Наука, 2002. — 300 с.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Смирнова А.Г, ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

**УДК 808.51**

#### **ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ИРОНИИ В АМЕРИКАНСКОМ И РУССКОМ СТЭНДАПЕ**

**Федотова М.Е.**

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[mays-kit@mail.ru](mailto:mays-kit@mail.ru)

Ирония – это стилистический инструмент, который применяется в виде оборота, фразы или слова. Она является сложным сатирическим приемом, который не всегда является понятным для носителя языка, в каждом языке ирония выражается по-разному, именно поэтому иностранцу данный прием является чуждым и не понятным. Смысловая нагрузка иронии включает в себе преднамеренное утверждение противоположное тому, что думают о лице или предмете. В современной культуре ирония присутствует в разных дискурсах и выступает как способ осмысления мира. Материалом данной работы является выступления публичных комиков построенные на принципе иронии. Анализ происходит по таким критериям: содержание текста современных спикеров, содержание иронии в текстах, форма текста и в каких формах используется ирония. В качестве объекта исследования были взяты 20 выступлений, среди которых 10 выступлений американских стендап комиков и 10 выступлений русских стендап комиков. В ходе анализа было выявлено, что во всех видеороликах, которые были включены в данную работу, использовались ирония и самоирония. В текстах иностранных комиков используются такие приемы, как просторечие и сравнение. Функцией иронии в англоязычной лингвокультуре в основном является безобидная шутка, чтобы разрядить обстановку или подколоть участника какой-либо истории. В русских стендапах чаще всего используются такие приемы, как гипербола, олицетворение, звукоподражание, просторечие. Функцией иронии в русских стендапах совпадает с выступлениями англоговорящих спикеров.

**Ключевые слова:** ирония, самоирония, приемы выражения иронии, функции иронии

## THE FUNCTIONING OF IRONY IN THE AMERICAN AND RUSSIAN STANDUP

*Fedotova M.E.,*

Kemerovo State University

Irony is a stylistic tool that is used in the form of a phrase, phrase or word. It is a complex satirical device that is not always understandable for a native speaker, irony is expressed differently in each language, which is why this technique is alien and incomprehensible to a foreigner. The semantic load of irony contains a deliberate statement opposite to what one thinks about a person or an object. In modern culture, irony is present in different discourses and acts as a way of understanding the world. The material for this work is the performances of public comedians built on the principle of irony. The analysis is carried out according to the following criteria: the content of the text of modern speakers, the content of irony in the texts, the form of the text and in what forms irony is used. As an object of research, 20 performances were taken, including 10 performances by American stand-up comedians and 10 performances by Russian stand-up comedians. During the analysis, it was revealed that irony and self-irony were used in all the videos that were included in this work. The texts of foreign comedians use such techniques as vernacular and comparison. The function of irony in the English-language linguistic culture is mainly a harmless joke to defuse the situation or pin up a participant in a story. In Russian stand-ups, such techniques as hyperbole, impersonation, onomatopoeia, and vernacular are most often used. The function of irony in Russian stand-ups coincides with the speeches of English-speaking speakers.

**Keywords:** irony, self-irony, irony expression techniques, irony functions.

Ирония – это стилистический оборот, фраза, слово, в которых преднамеренно утверждается противоположное тому, что думают о лице или предмете. Ирония применялась и применяется в коммуникативных деятельности человека. Её изучением занимались многоуважаемые эстетики и философы различных эпох [2, 3]. Но функциональность и предназначение иронии эволюционирует наравне с языком, в котором ирония применяется [5]. Сейчас ирония частый стилистический инструмент, который свою нишу нашёл в сфере общественных выступлений и рекламы [4].

В качестве объекта исследования послужили 10 стендап выступлений различных американских комиков и 10 стендап выступлений русских комиков. Анализ выступления проводился по следующим критериям: содержание текста, содержание иронии, форма текста и форма иронии.

Примером русскоязычного иронического текста является выступление Юли Ахмедовой «О депрессии, телках и психологе». Выступление Ю. Ахмедовой сразу же начинается с иронии: *«Почему у меня значит, легкая температура и больное горло, то “иди домой, полежи”, а если я всю ночь стояла на подоконнике 7 этажа и смотрела вниз, то это как бы “не надумывай”. Почему человек, который не хочет жить, должен работать?»*.

Здесь ирония создается за счет использования общих знаний, т.е. знаний о повседневной жизни, имеющихся у всех носителей языка: *«Почему у меня значит, легкая температура и больное горло, то “иди домой, полежи”»* – всем известно, что на любой работе болеющего человека отправляют на больничный или дают отгул для лечения и поднятия иммунитета. Рядом с этой информацией контрастом выглядит следующая информация о героине стендапа: человек, простоявший на подоконнике 7 этажа и думающий о суициде, должен идти работать, а человек с обычной простудой может остаться дома и отдыхать.

В этом же выступлении спикер использует самоиронию, рассказывая о своем бывшем парне: *«Три года назад меня бросил парень, он не просто меня бросил, а вернулся к своей бывшей. Ладно, если бы человек переехал из Воронежа в Москву, ничего не добился и уехал обратно в Воронеж. А тут как бы человек приехал в Москву всего добился, ему что-то не понравилось, он вернулся в Воронеж, то есть с Москвой явно что-то не так. Либо дело в том, что Москва на 500 лет старше Воронежа, либо потому что у Москвы слишком большой юго-западный округ»*. Ирония создается за счет иносказания, где Москва – сама героиня стендапа, а Воронеж – другая девушка. Такое иносказание позволяет использовать гиперболу для указания их возраста: *«Москва на 500 лет старше Воронежа»* и развивается в дальнейшее описание: *«у Москвы слишком большой юго-западный округ»*, которое может пониматься разными слушателями по-разному.

Рассмотрим англоязычный вариант иронического выступления, а именно выступление Дилана Морана «Про русских».

*«And the best way I found to find out about Russian people is to say to a Russian person what are they like? They say “They are the best people in the world. I hate them. I love them, but I hate them. They are so ignorant and so stupid and the most intelligent people I have ever met. They have amazing minds, they are incredibly stubborn, and they think about everything, they are very spiritual, but they’re cold, they won’t tell you anything. And then they tell you everything that ever happened in their lives, and what happened with their mother, and their father, and their grandmother, and so on. And then they insist you stay for dinner»*. (Перевод: *Я считаю, самый надежный способ узнать о русских, это спросить у самих русских, какие они? Они говорят: Они лучшие люди в мире. Я ненавижу их. Я люблю их, но я ненавижу их. Они такие безразличные, такие тупые, но самые умные люди, которых я когда-либо встречал. У них удивительные мышление, они невероятно упорны и думают обо всем, они очень духовные, но холодные, они ничего тебе не расскажут. А затем они все тебе расскажут, все, что происходит в их жизни, и что случилось с их мамой, папой, бабушкой и с остальными. А потом они настаивают на том, чтобы ты остался на ужин»*). Ирония создается за счет столкновения стереотипных знаний о русских, которые контрастируют между собой. Здесь антитеза лежит в основе иронического текста: «я ненавижу» - «я люблю»; «такие тупые» - «самые умные», «они ничего не расскажут» - «а затем все расскажут». Вторым приемом создания иронии является сочетание высокого и низкого (*очень духовные – настаивают на том, чтобы ты остался на ужин*).

*«And then they insist you stay for dinner. And you have to eat all the food, the chairs, and the curtains. And then, you know, you listen to this and you think “wow, I didn’t know it was so complex”. And they say: it’s not complex. It’s the simplest thing in the world. What’s wrong with you? You’re stupid, or crazy, or both? And you’re fat, I love you. Here, eat this»*. (Перевод: *А*

потом они настаивают на том, чтобы ты остался на ужин. И ты должен съесть всю еду, стулья и шторы. А потом, ты знаешь, ты слушаешь это и думаешь: “Вау, я не знал, что это так сложно”. И они говорят: это не сложно. Это самая простая вещь в мире. Что с тобой не так? Ты глупый, или сумасшедший, или и то и другое? И ты жирный, люблю тебя. Вот, съешь это»). На этот раз ирония употребляется с использованием гиперболы, высмеивающей стремление русских всех накормить: «съесть стулья, шторы», противоречие «ты жирный» – «съешь это». В этом контексте снова встречается антитеза: сложно – просто.

*«But that’s the case...when you’re here and you talk to people, because they have this. It’s like people know a secret – it’s in their eyes, when they listen to you. If you speak it’s kind of fireworks, in their eyes. And you feel like they really understand. So you tell them more, and you tell them more. And they’re looking and these fireworks are in their eyes. And then you for them to respond. And they come closer and they say something like: Do you like soup? – yeah, you know, I like soup, yeah, kind of.. – I know place where we can get good soup. – But is that all you want to say to me. Is that your response to everything I’ve just told about my life? – No, we should go now, it will close».* (Перевод: *Вот в русских людях... они как будто, будто они знают какую-то тайну. По глазам видно. С ними говоришь, и видишь фейерверки в глазах. И ты чувствуешь, что они действительно понимают. Поэтому, ты говоришь им больше, и больше. И ты смотришь в эти фейерверки в их глазах. И ты ждешь, что же они ответят. И они пододвигаются ближе и говорят что-то вроде: ты любишь суп? - да, знаешь, я люблю суп, да, вроде... - Я знаю, где можно вкусного супа поесть. – И это все, что ты мне можешь сказать после всей моей тирады о моей жизни? - Нет, мы должны идти сейчас, а то закроется).* В данном тексте спикер использует иронию насмехаясь над тем, что русские люди являются не предсказуемыми. Здесь Дилан использует аллегорию «фейерверки в глазах».

В процессе исследования было выявлено, что во всех видеороликах, которые мы включили в данную работу, использовались ирония или самоирония. В текстах иностранных комиков используются такие приемы, как просторечие и сравнение. Функцией иронии в англоязычной лингвокультуре в основном является безобидная шутка, чтобы разрядить обстановку или подколоть участника какой-либо истории. В русских стендапах чаще всего используются такие приемы, как гипербола, олицетворение, звукоподражание, просторечие. Функцией иронии в русских стендапах совпадает с выступлениями англоговорящих спикеров.

### Литература и источники

1. Арутюнова И. С. Контрастивный анализ выражения иронии в Британском и Американском вариантах английского языка: в аспекте филологической фонетики. – М., 2002
2. Лосев А.Ф. Итоги тысячелетнего развития. Кн. I-II. – М., 2000.
3. Лосев А.Ф. История античной эстетики. – М., 1994.
4. Хабарин М. О. Особенности публичного выступления – основного компонента лингвокоммуникативной составляющей культуры общения. Вестник экономической безопасности. М., 2016.
5. Шилихина К. М. Метафора и ирония. Вестник Воронежского государственного университета. – Воронеж, 2009.

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

## РОЛЬ КОРПОРАТИВНОГО САЙТА В ФОРМИРОВАНИИ ОБРАЗА УСПЕШНОЙ АДВОКАТСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

*Рогожникова С. Ю.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[RogozhnikovaSvetlanaa@yandex.ru](mailto:RogozhnikovaSvetlanaa@yandex.ru)

Статья затрагивает вопрос о роли корпоративного сайта в формировании образа успешной адвокатской организации. Исходя из того, что в настоящее время интернет-среда представляет собой широкое поле для разного рода исследований, особое внимание уделяется корпоративным сайтам определенных организаций адвокатов, как новейшим жанрам делового дискурса, а именно: «Падва и партнеры», «Александр Добровинский и партнёры». В статье рассматриваются возможности, получаемые организациями за счет существования интернет пространства. Ряд таких возможностей является достаточно многообразным, а потому важно отметить именно те аспекты, которые будут работать на достижение поставленных компанией целей. Обозреваются инструменты и определяются основные задачи, стоящие на пути к, отчасти, главной цели как адвокатской, так и любой другой организации – построение и формирование успешного имиджа компании.

**Ключевые слова:** дискурс, корпоративный дискурс, корпоративный сайт, имидж, образ, образ адвокатской организации.

## THE ROLE OF A CORPORATE WEBSITE IN SHAPING THE IMAGE OF A SUCCESSFUL LAW FIRM

*Rogozhnikova S. Y.*

Kemerovo State University

The article deals with the role of a corporate website in shaping the image of a successful lawyer organization. Based on the fact that the Internet environment is currently a wide field for various types of research, special attention is paid to the corporate websites of certain organizations of lawyers, as the latest genres of business discourse, namely: "Padva and Partners", "Alexander Dobrovinsky and Partners". The article discusses the opportunities that organizations receive due to the existence of the Internet space. A number of such opportunities are quite diverse, and therefore it is important to note exactly those aspects that will work to achieve the goals set by the company. The tools are reviewed and the main tasks that stand in the way of achieving, in part, the main goal of both a lawyer and any other organization – building and forming a successful image of the company.

**Key words:** discourse, corporate discourse, a corporate website, an image, a character, an advocacy organization.

«Дискурс» – широкое понятие, в котором существует большое количество различных аспектов. В нашей работе важным становится рассмотрение аспекта коммуникативного.

Обращаясь к определению Н. Д. Арутюновой, по мнению которой дискурс – речь, «погруженная в жизнь» [1], стоит добавить, что это речь, погруженная, прежде всего, в определенную ситуацию общения. Коммуникативное пространство вмещает в себя обилие различных ситуаций, обладающих особыми характеристиками. В исследуемом пространственном пласте формируются, сосуществуют и взаимодействуют друг с другом разные типы дискурса: политический, педагогический, религиозный, медицинский, военный, производственный, деловой и др. Последний же, по словам И. Н. Потеряхиной, протекает в соответствии с принятыми в деловом сообществе нормами и правилами и регламентируется жесткими стандартами [4]. Главная задача такого дискурса обычно видится в решении разнообразных деловых вопросов. Цель определяется как «установление

условий сотрудничества, достижение деловой договоренности между двумя и более заинтересованными сторонами или одностороннее определение позиции по какому-либо вопросу» [2].

Отмечая большое количество и разнообразие типов дискурса, важно назвать также и набор жанров, с помощью которых изучаемый тип реализуется. Сегодня свою актуальность теряют такие жанры делового дискурса как телеграмма, личное письмо, открывая, таким образом, дорогу новым жанрам: блог, влог, чат, корпоративный сайт и т.д. [4]. Перечисленные жанры виртуальной коммуникации характеризуются особой востребованностью и вниманием со стороны исследователей, что обуславливает бесспорную актуальность выбранной темы. Выражается актуальность в том, что интернет-среда предоставляет новые возможности и совершенно иное, обширное коммуникативное пространство: например, возможность поддержания постоянной ситуации общения не только между отдельными коммуникантами, но и между автором текста и целой аудиторией.

Благодаря виртуальной среде мы можем наблюдать возникновение и развитие нового, упомянутого выше жанра - сайта корпорации. Е. А. Дронова предлагает ряд основных типов интернет-сайтов, среди которых выделяет и корпоративный сайт – «сайт компании, знакомящий с предоставляемыми услугами и направлениями деятельности и включающий весь функционал интернет-представительства. Кроме этого, сайт содержит интерактивные элементы взаимодействия с пользователем: например, регистрация постоянных клиентов и предоставление им дополнительной информации или сервисов» [3]. Таким образом, виртуальная среда предоставляет корпорации возможность создать свой собственный имиджевый инструмент, который сыграет либо в пользу компании, либо, наоборот, повлияет в сторону негативной оценки образа. В настоящее время сайт организации является одним из основных материалов, воспринимая который, потребитель отнесет к разряду успешных или же не успешных компаний.

Определяя роль корпоративного сайта в жизни организации и в формировании успешного образа, мы рассмотрим веб-сайты адвокатских компаний, таких как «*Падва и партнёры*», «*Александр Добровинский и партнеры*». Прежде всего, важно определить цели и задачи, которые могут быть решены за счет использования интернет-технологий, а также ряд аспектов, влияющих на сам образ организации.

Главная цель разработки корпоративного сайта не многим отличается от разработки любого другого типа веб-сайта – это построение эффективных систем взаимодействия со всеми субъектами рынка с целью получения наибольшей выгоды [3]. Отсюда вытекают основные задачи, которые устанавливаются нами в следующем порядке: формирование успешного образа компании, далее, использование интернет-среды в качестве средства для продажи услуг. После определения целей и задач, важно указать основные этапы при создании сайта и их составляющие, которые будут работать на достижение одной из исследуемых нами задач.

В первую очередь стоит отметить, что основными составляющими сайта являются текст и дизайн. Чтение виртуального текста происходит несколько иначе, нежели с листа бумаги [5]. В этом, наверное, самая главная особенность и, в то же время, особое преимущество текста сайта корпорации.

Текст сайта имеет ряд заданных параметров: тематика - определяется сферой деятельности компании. Корпоративный сайт чаще всего содержит общую информацию о деятельности компании, в качестве примера возьмем сайт «*Падва и партнеры*» [6], который на главной странице отражает исторические сведения о бюро: «...на протяжении многих лет...», «...накопили значительный опыт...». (Исторические сведения о компании играют важную роль в формировании как положительного образа, так и отрицательного, поскольку включают в себя опыт и репутацию сотрудников организации). Отмечены последние события в жизни корпорации («умер адвокат нашего бюро», «адвокат бюро успешно отстаивал права клиента в споре...»),

также отчеты о деятельности, состав и краткую биографию команды, список услуг, контактные данные.

Рассматривая дизайн сайта, важно снова отметить широкие возможности развития компьютерных технологий, так как они предоставляют особую платформу для творчества. Аудио, видео, изображения, отраженные на странице сайта, являются мощным инструментом в продвижении товаров и услуг, а также средством привлечения клиентов. Докажем на примере сайта «Александр Добровинский и партнеры»[7], который включает яркие, сменяющие друг друга изображения с определенной информацией. Корпорация имеет страницы в социальных сетях, ссылки которых отражены на сайте, что даёт возможность виртуально перемещаться между ними и узнавать дополнительную информацию об организации. Сайт организации «Падва и партнёры» также имеет некоторые особенности дизайна, например, сменяющие друг друга изображения, представляющие собой анимацию и имеющие нейтральный фон с цитатами управляющего партнёра команды.

Создать картинку и поместить на неё текст – лишь малая часть на пути к успешному образу. Не менее актуальным аспектом, составляющими образ корпорации в сети, является структура и её грамотное составление. Успех организации достигается решением комплекса задач: дизайн, реклама услуг и их качественное оказание, грамотное составление текста, продуманное продвижение услуг, рациональная цена услуг и даже самый начальный этап создания сайта, который открывает перед нами абсолютно другую сферу деятельности – всё это необходимые элементы для достижения поставленной компанией цели.

Таким образом, корпоративный сайт является одним из важных жанров делового дискурса и играет значительную роль не только в формировании успешного имиджа организации, но и в продвижении ее на рынке. Корпоративный сайт сегодня – отчасти обязательный аспект в жизни любой компании.

#### Литература и источники

1. Арутюнова, Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: «Советская энциклопедия», – 1990. – 688 с.
2. Гурьева, З. И. Речевая коммуникация в сфере бизнеса: к созданию интегративной теории: на материале текстов на русском и английском языках : дис. ... д-ра филол. наук. – М., – 2003. – 446 с.
3. Дронова, Е. А. Разработка корпоративного сайта фирмы как эффективного инструмента маркетинга//Вестник академии. – 2011. – № 1. – С. 142-144.
4. Потеряхина, И. Н. Жанрообразующие элементы корпоративного сайта //Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – № 37 (328). Филология. Искусствоведение. Вып. 86. – С. 49–51.
5. Потеряхина, И. Н. Языковые особенности корпоративных сайтов// Вестник Челябинского государственного университета. – 2011. – № 33 (248). Филология. Искусствоведение. – Вып. 60. – С. 111–113.
6. <http://padvapartners.ru/>
7. <http://www.dobrovinsky.ru/>

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

**УДК 811.111**

## ДИСКУРСИВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТРЕЙЛЕРА КИНОФИЛЬМА (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 междисциплинарной спецификой его 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

## DISCURSIVE CHARACTERISTICS OF A MOVIE TRAILER (on the material of the modern English language)

*Lysenko Anna Romanovna*

Kemerovo State University  
nyuta.lysenko.00@inbox.ru

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.

**Keywords:** discourse, speech, text, types of discourse, mass media discourse, film discourse, trailer

Поскольку понятие «дискурс» обретает все более широкую популярность в различных научных дисциплинах, например, языкознании, лингвистике, психологии, философии, социолингвистике, психолингвистике и т. д., то возникает проблема, заключающаяся в

отсутствии чёткого и общепринятого определения самого термина, поскольку каждая область гуманитарного знания по-разному раскрывает сущность данного понятия.

Одно из первых значений термина, близкое по определению к современному понятию «дискурс», прослеживается во французском языке и определяет его как «диалогическую речь». На протяжении 60-70-х годов ученые различных школ дают множество своих интерпретаций понятия «дискурс», однако одним из первых в теорию лингвистики его ввёл американский учёный З. Харрис в 1952 году. Он определял дискурс как сложное высказывание, состоящее из нескольких простых фраз (высказываний). После этого термин приобрел широкую научную популярность. Важно отметить, что дискурс уже не считают синонимом к тексту, а даже наоборот, противопоставляют данные понятия по следующим критериям соответственно: процесс - продукт, диалогичность - статичность, актуальность – виртуальность [1].

Более широкое и общее определение дискурса дает в своих работах нидерландский профессор Т.А. ван Дейк: «коммуникативное событие, происходящее между говорящим, слушающим (наблюдателем и др.) в процессе коммуникативного действия в определенном временном, пространственном и проч. контексте. Это коммуникативное действие (КД) может быть речевым, письменным, иметь вербальные и невербальные составляющие» [2].

В отечественном языкознании термин «дискурс» поначалу был просто синонимом к слову «текст», и исследования не учитывали какие-либо культурные, социальные или психологические факторы. Так В. Г. Борботько указывает в своих работах, что 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» [3]. Лишь в 90-е годы XX века происходит изменение научной парадигмы в мировом языкознании, и дискурс уже рассматривается как нечто, занимающее промежуточное место между речью как вербальным общением, с одной стороны, и конкретным текстом, зафиксированным в ходе общения, с другой.

Что касается классификации дискурсов, то их большое множество. Так, например, с точки зрения функциональных целей выделяют публичный дискурс, социальный дискурс, педагогический дискурс, политический дискурс, юридический дискурс и т.д. Одна из популярных классификаций В. И. Карасика, опирающаяся на социолингвистический подход, предполагает два основных вида дискурса: персональный, когда говорящий выступает как личность, и институциональный, в котором говорящий – представитель какого-либо социального института.

Для нас особую важность в данном случае имеет медиадискурс, характеристики которого основываются на функционировании языка в такой сфере деятельности, как средства массовой информации (СМИ). Одним из ключевых понятий для нас является «медиа́тэкст», концепция которого «выходит за пределы знаковой системы вербального уровня, представляя собой последовательность знаков различных семиотических систем – языковых, графических, звуковых, визуальных, специфика сочетания которых обусловлена конкретным каналом массовой информации» [4].

Из множества подтипов данного дискурса больший интерес для нас представляет рассмотрение рекламного и кино- дискурсов, поскольку их комбинация определяет основные характеристики объекта нашего исследования – трейлера кинофильма.

Кинематограф в наши дни считается одной из самых влиятельных сфер, поскольку он может передавать художественную информацию не через напечатанный текст, а через изображение, даже точнее сказать, видеоряд. Кинодискурс по праву можно расценивать как разновидность медиадискурса, что доказывает определение А. Н. Зарецкой: «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)» [5].

Что касается рекламного дискурса, реклама, как и кинематограф, является повседневным атрибутом нашей жизни. Основная цель - привлечь потребителей к определенному товару. Здесь важным будет являться коммуникативный аспект, который проявляется в процессе общения людей, а также способствует активному развитию двусторонней коммуникации между потребителем и производителем.

Все вышесказанное позволяет нам полноправно говорить о том, что трейлер является комбинацией указанных выше типов дискурса, то есть краткой репрезентацией кинокартины, которая, по сути, является разновидностью рекламной продукции. На это также указывает использование различных вербальных и невербальных средств и наличие определенной коммуникативной цели – воздействие на зрителя, чтобы он захотел прийти в кинотеатр и посмотреть фильм целиком.

При создании трейлера кинокартины используются различные лексические средства и синтаксические приемы, отличающиеся от тех, что использованы в кинокартине. В трейлере «изображения подобраны и скомбинированы таким образом, что привлечение внимания зрителя преобладает над поддержанием согласованности повествования» [6]. При этом важен учёт целевой аудитории, другими словами, учет жанровой специфики трейлера, поскольку эффект, производимый мелодрамой, будет отличаться от боевика или фильмов ужасов. Именно от этого, в частности, и зависит выбор лексических, грамматических и стилистических средств.

Так, например, для фильмов с военной тематикой характерно использование лексики, связанной с темой войны и сражения, которые помогают зрителю погрузиться в атмосферу того непростого времени и, как бы, побывать на поле боя вместе с главными героями, как в трейлере фильма “1917” (2019): *general, battalion, order, attack, massacre, front line*. Здесь также будет частотно употребление побудительных предложений, поскольку приказы – одна из основных форм общения на поле боя: “*Hold fast!*”, “*Jump!*”, “*Come on!*”, “*Stay!*”.

В трейлере фильма “Mulan” (2020) также можно обнаружить много лексики, связанной с темой войны и сражения, но лишь потому, что война - ключевое событие фильма, хотя сам по себе фильм таковым не является: *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, интересно использование различных выразительных и лексических средств, которые являются контекстуальными. Пример контекстуальных антонимов замечен в трейлере “The Gentlemen” (2019): “*In the jungle the only way a lion survives not by acting like a king, by being the king*”. Данное высказывание является метафоричным и противопоставляет манеру действия – *by acting / by being*, то есть говорит о том, что нужно не «прикидываться» важным и влиятельным человеком, а быть им на самом деле.

Метафора - один из самых частотных случаев употребления стилистических средств. Яркий пример можно найти в трейлере “The Gentlemen” (2019). Мир наркоторговли и криминала, в котором, собственно, и промышляют главные герои, сравнивается с джунглями, полными хищников, каждый из которых хочет забрать себе больше и быть главным. Один из главных героев считает себя таковым и сравнивает себя со львом – королем этих джунглей: “*Our protagonist is a hungry animal*”; “*In the jungle the only way a lion survives not by acting like a king, by being the king*”; “*There is only one rule in this jungle: when the lion is hungry, he eats*”.

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. Бажалкина, Н.С. К проблеме различных подходов к пониманию дискурса в современном языкознании / Н.С. Бажалкина // Вестник КемГУ. - №1 (65). - 2016. – С. 156-160.
2. Ван Дейк, Т.А. Язык. Познание. Коммуникация / Т.А. ван Дейк. - М.: Прогресс, 1989. - 307 с.
3. Борботько В. Г. Элементы теории дискурса / В. Г. Борботько. - Грозный: Чечено-Ингушский государственный университет им. Л.Н. Толстого, учебное пособие, 1981. - 113 с. Горбунова М. В. К истории возникновения термина «Дискурс» в лингвистической науке / М. В. Горбунова. – Пенза: Известия ПГУ им. В.Г. Белинского, 2012. - №27.
4. Добросклонская, Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь / Т. Г. Добросклонская. – М.: Наука, 2008. – 264 с.
5. Зарецкая А. Н. Особенности реализации подтекста в кинодискурсе / А. Н. Зарецкая. - Челябинск: Абрис, 2012. - 192 с.
6. 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 808.51**

### **ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ОБ УСПЕШНОЙ КОММУНИКАЦИИ (НА БАЗЕ РУССКОЙ, АНГЛИЙСКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУР)**

***Зотова Н. Р.***

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[zotova.natasha000@mail.ru](mailto:zotova.natasha000@mail.ru)

Данная статья посвящена представлению о хорошей речи, свойственному разным лингвокультурам. В работе представлены результаты анализа публичных выступлений ораторов из разных стран, а также комментариев публики к ним. Объектом исследования является речевое общение реципиентов публичных выступлений. Предмет исследования – представления о хорошем выступлении в русской, английской и китайской лингвокультурах.

**Ключевые слова:** успешная коммуникация, риторический идеал, публичное выступление, комментарии к выступлениям.

### **CRITERIA FOR ASSESSING SUCCESSFUL COMMUNICATION (BASED ON RUSSIAN, ENGLISH AND CHINESE LINGUISTIC CULTURES)**

***Zotova N. R.***

Kemerovo State University

This article is devoted to the concept of good speech inherent in different linguistic cultures. The paper presents the results of the analysis of public speeches of speakers from different countries, as well as public comments to them. The object of the research is the speech communication of the recipients of public speaking. The subject of the research is the idea of good performance in Russian, English and Chinese linguistic cultures.

**Keywords:** successful communication, rhetorical ideal, public speaking, comments.

В современном мире с каждым днем возрастает необходимость в международных контактах. Межкультурная коммуникация актуальна для экономической, политической, социальной сфер жизни общества. Выделение и изучение критериев оценки успешной коммуникации остаются важнейшими задачами для современных лингвистов, социолингвистов, психологов, экономистов и историков. Особое внимание данная проблематика получила в отечественной лингвистике, ее представители (Ариян М.А., Жамбеева Э.Э, Зотова И.Н., Муравьева О.И, Почепцов Г.Г.), активно анализируют условия, связанные с коммуникативной успешностью высказывания, а также приемами и стратегиями, которые используются, дабы достичь ее цели.

Цель исследования – выявление представления об успешной коммуникации в русской, английской и китайской лингвокультурах. Материалом для исследования являются комментарии к публичным выступлениям представителей русской, английской и китайской лингвокультур.

Так, в процессе нашего исследования были сделаны следующие наблюдения:

– с точки зрения отечественных комментаторов, положительно оценивается выступление сдержанное, без крика, раздражения, проявления презрения, желания осудить. Они назвали такие черты риторического идеала, как компетентность, образованность, высокий уровень владения языком, стойкость позиции, нравственность, защита истины, доброта, скромность.

– важной чертой, на которую русские обращают внимание, являются невербальные средства коммуникации, которыми пользуется оратор во время выступления. Это очень четко прослеживается в комментариях к выступлениям Дмитрия Анатольевича Медведева на заседании президентской комиссии по модернизации: «Медведев, сиди нормально, вальяжный ты наш!», «как в баре сидит, позор!», «очень наглое выражение лица», «у него лицо перекосило», «сидит, пальцы гнет...». Внеязыковые факторы также являются одним из критериев оценки успешной коммуникации и всегда имеют большое значение для слушателей. Такие комментарии показывают, что в сознании аудитории есть представление об идеальном поведении, которому не соответствует поведение политика.

При этом для русских слушателей содержание выступления оратора стоит выше, чем его форма. Для них более значимо то, что говорит выступающий, чем то, как он говорит.

Для английской лингвокультуры одну из главных ролей в коммуникации играет речевой этикет. Англичане и американцы с детства учатся этикетным нормам.

Мы проанализировали публичные выступления ораторов на английском языке и мнения аудитории о них. Англичане и американцы чаще выступают с уже готовой речью, читая ее с листа. Однозначно, делают они это для большей уверенности, решительности и авторитетности, чтобы не забыть ничего важного, не делать слишком длинных пауз в речи и, следовательно, не выглядеть перед публикой некомпетентным. Англичане относятся к этому более негативно, нежели американцы. Они выражают свое недовольство по этому поводу в комментариях к публичным выступлениям. Для них «невежливо, неуважительно к публике читать готовый текст, не поднимая глаз». Это свидетельствует о том, что для англичан важнейшим критерием успешной речи является соблюдение речевого этикета.

Более того, английские слушатели, как и русские, отмечают такие невербальные компоненты как осанку и мимику выступающего. Комментарии на речь Стива Джобса: «He stood exactly the whole speech, well done!», «The emotions show that he speaks sincerely, that he experiences all that he says» (Стоял ровное все выступление, молодец! По эмоциям видно,

что он говорит искренне, что он сам переживает все то, что говорит); комментарии на последнее выступления Обамы как президента: «Very emotional, sensual», «His face shows that he is proud of his country» (Очень эмоционально, чувственно, по лицу видно, что он гордится своей страной).

Английский риторический идеал имеет свою специфику, которую следует знать не только для того, чтобы умело владеть английским языком, но и для того, чтобы в процессе общения с иностранцами, в данном случае с англичанами или американцами, вести себя тактично и произвести впечатление воспитанного и образованного человека. Также следует отметить тот факт, что представители английской лингвокультуры больше внимания уделяют именно форме выступления, в отличие от русских, для которых содержание выступления играет более важную роль.

Китайцы в общении очень тактичны, вежливы и грамотны. Эти качества ораторов замечают и жители других стран. Например, под видео с новогодним обращением Си Цзиньпина русские пишут: «Гордость берет за жителей Китая», «Грамотное обращение, сделано по уму». Также китайцы не боятся говорить о проблемах, общаются открыто. Мнение китайцев о выступлении Джека Ма на одной из конференций: «非常悲观 · 好消息在哪里?» (Очень пессимистично, где хорошие новости?) «他说实话 · 做得很好» (Сказал все честно, молодец).

Наше исследование позволило сделать следующие выводы: для русского коммуникативного кода характерна доброжелательность, открытость, стремление помочь собеседнику. Представители русской лингвокультуры при оценивании коммуникации на первое место ставят содержание сообщения, его информативность, содержательность и поучительность. Также русские дают больше эмоциональных оценок, нежели комментаторы из других стран. Английское коммуникативное измерение характеризуется большей сдержанностью, индивидуализмом и замкнутостью на себе. Представители английской лингвокультуры через призму важности соблюдения оратором речевого этикета уделяют большее внимание именно форме сообщения или выступления, то есть для них в приоритете оформление и подача материала. В китайском же коммуникативном кодексе особую ценность представляют такие качества, как тактичность, предусмотрительность, терпимость, доброжелательность, выдержка. Китайцы ставят форму и содержание на один уровень. По их мнению, для успешной и эффективной коммуникации одинаково важны оба фактора.

### **Литература и источники**

1. Голодованская, И.Б. Коммуникативная компетентность с позиций педагогики / И.Б. Голодованская Педагогика. 2008. № 1. С. 121 – 123.
2. Езова, С.А. Коммуникативная компетенция / С.А. Езова / Научные и технические библиотеки. 2008. № 4. С.173.
3. Жуков, Ю.М. Диагностика и развитие компетентности в общении: Практическое пособие / Ю.М. Жуков, Л.А. Петровская, П.В. Растянников. Киров: ЭНИОМ, 1991. 94 с.
4. Муравьева, О.И. Психология коммуникативной компетентности. Теоретические аспекты / О.И. Муравьева // LAMBERT Academic Publishing. 2011. 146 с.
5. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации/ Г. Почепцов. Москва: Издательский центр «Киевский университет», 1999. 308 с.
6. Формановская, Н.И. Речевой этикет и культура общения. Формановская Н.И. Москва: Высшая школа, 1989. 213с.

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

**ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ СРЕДСТВАМИ  
МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ: ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

*Эртель К. В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[ertel442@gmail.com](mailto:ertel442@gmail.com)

В последнее время средства массовой информации являются одним из крупнейших сегментов общества, они оказывают значительное влияние на многие сферы жизни, играют важную роль в формировании сознания индивида, функционировании общества и его эволюции. В данной статье рассмотрены стратегии и тактики манипулирования СМИ в Российской Федерации и Соединённых Штатах Америки. В качестве материала исследования взяты политические новостные статьи российского государственного информационного агентства «ТАСС» и крупнейшей газеты столицы Америки Вашингтона «The Washington Post». При анализе выяснилось, что авторы статей разных лингвокультур используют стратегии на повышение, понижение и нейтральности, направленные на создание определённых ассоциаций у аудитории, тем самым формируя мнение, а в целом - создавая мировоззрение индивидуума. В российских СМИ большинство журналистов в статьях проявляют более уважительное отношение к лидерам государства, это обуславливается лингвокультурологическими особенностями нашей страны. В американских новостных газетах авторы используют стилистически маркированные фразы, в которых президенты представляются в негативном свете, тем самым привлекая внимание аудитории. Проведенный анализ электронных статей подтверждает наличие уловок и тактик манипуляции в современном массмедийном пространстве, которое оказывает влияние на отношение к тем или иным событиям, что обуславливается в основном внутренней политикой государств и их национальной спецификой.

**Ключевые слова:** СМИ; манипулирование сознанием; лингвокультурология; речевые приемы манипулирования; стереотип; национальная специфика; уловки СМИ.

**THE PROBLEM OF FORMATION OF PUBLIC OPINION BY MASS MEDIA:  
LINGUOCULTUROLOGICAL ASPECT**

*Ertel K. V.*

Kemerovo State University

The mass media is one of the largest segments of society, they have a significant impact on many areas of life, play an important role in the formation of individual consciousness, the functioning of society and its evolution. This article examines the strategies and tactics of media manipulation in the Russian Federation and the United States of America. The research material includes political news articles by the Russian state news agency TASS and The Washington Post, the largest newspaper in the American capital of Washington. The analysis revealed that the authors of articles from different linguistic cultures use strategies for raising, lowering and neutrality, aimed at creating certain associations in the audience, thereby forming an opinion, and in general - creating an individual's worldview. In the Russian media, most journalists in their articles show a more respectful attitude to the leaders of the state, this is due to the linguistic and cultural characteristics of our country. In American news papers, authors use stylistically labeled phrases in which presidents are presented in a negative light, thereby attracting the attention of the audience. The analysis of electronic articles confirms the existence of tricks and tactics of manipulation in the modern mass media space, which affects the attitude to certain events, which is mainly due to the internal policies of states and their national specifics.

**Keywords:** mass media; mind manipulation; linguoculturology; speech manipulation techniques; stereotype; national specifics; media tricks.

Средства массовой информации влияют на формирование политической и гражданской позиции человека, что является основным инструментом манипуляции сознанием. Именно при воздействии на аудиторию СМИ реализуют свои цели, пропагандируют ту или иную информацию, подстраиваются под уже сформированные стереотипы, вследствие этого индивидам можно привить любую нужную для власти точку зрения [1, с. 12]. Из-за выработки определённых социальных установок, формирования убеждений СМИ подталкивают человека к определённым поступкам и действиям [2, с.640]. В современном мире происходит подача информации, часто не имеющая каких-либо рациональных или логических аргументов, такой вид информации имеет название «пропаганда». Пропаганда является основным инструментом управления, используемым массмедиа.

Информационные сообщества в Соединенных Штатах Америки отличаются от российских СМИ тем, что в США подчеркивается наличие свободы слова, телевизионные каналы независимы от правительства, что позволяет высказывать различные взгляды. В то же время в России есть ряд основных федеральных телеканалов, которые влияют на уже сформированное и устоявшееся мнение, тем самым создавая единый поток информации. При этом есть и другие неофициальные средства массовой информации, но с ограничением свободы слова. Часто данные поступают сразу из нескольких источников, из-за этого индивид принимает ее за правду, поскольку сложно проверить достоверность такой информации, человек бессознательно подвергается манипуляционному воздействию.

Манипуляция – это скрытое принуждение, программирование чувств, мыслей и намерений, которые не совпадают с реальными желаниями [3, с. 344]. Манипуляция – это разновидность психологического воздействия, которое провоцирует другого человека к скрытому желанию сделать что-либо, не соотносящееся с его существующими желаниями [4]. Главной ее целью является побуждение к появлению реакции при помощи особых стратегий, стимулов, но основной характеристикой манипуляции будет то, что она не обязывает человека реагировать явно или скрыто, а влияет на уже сформированные реакции пережитого опыта людей.

О. Л. Михалева выделила три стратегии речевой манипуляции: стратегия на понижение, повышение и нейтральности, каждая включает в себя набор разных тактик [5]. Так же при анализе использовались другие концепции, выделяющие тактики уловок, псевдоаргументации [6, с. 477], рабулистки [7, с. 224], вуалирования [8, с. 368].

В ходе исследования были проанализированы две статьи, имеющие одинаковое содержание, из российских и зарубежных СМИ.

В американских СМИ прослеживаются стратегии на понижение, когда президент выставляется в негативном свете. «Trump calls protesters «THUGS», suggests looting will lead to «shooting» - Трамп называет протестующих «головорезами», предполагает, что грабежи приведут к «стрельбе» (здесь и далее перевод наш - К. Э.)». Отрицательные высказывания от авторов данной статьи присутствовали и дальше – расистские высказывания, ирония, проявляли себя такие методы манипуляции, как рабулистика, обещания, что президент возьмет ситуацию под свой контроль. Влияние на аудиторию заключается в том, что именно президент имеет власть и сможет устранить беспорядки. «Президент США подверг критике местные власти и пообещал взять ситуацию под личный контроль». Америка славится свободной прессой и информационным плюрализмом, американские журналисты легко могут обсуждать действия правительства в негативном свете, открыто протестовать и высказывать отрицательное мнение о президенте.

Далее проводился анализ стратегий и тактик уловок на примере российских СМИ на материале статьи, размещенной в международном интернет-издании «ТАСС», ее автор так описывает произошедшее «Полицейские надели на темнокожего мужчину наручники и

повалили его на землю. Один из них надавил задержанному коленом на шею. Флойд кричал, что не может дышать, однако полицейские это игнорировали. Вскоре после этого мужчина умер в одной из городских больниц». Упоминание о том, что мужчина умер из-за действий полиции, которые сдавливали ему шею, говорит о его защите, что является примером реализации стратегии на повышение.

В следующем фрагменте говорится о том, что «семья Флойда хочет провести независимое вскрытие тела покойного, так как не доверяет властям и официальным патологоанатомам». В этом высказывании можно проследить действие стратегии на понижение: приписывание скрытого негативного значения властям.

В американском репортаже, в отличие от российского, не сказано о том, что Флойда «подозревали в использовании поддельных документов», что является сокрытием информации, отмечается размытость ее изложения, используется стратегия вуалирования. Проведенный анализ новостных статей подтверждает наличие уловок в современном пространстве массмедиа. Главной идеей концепции политики медиаструктур России является безопасность от различных рисков. Власть обрела контроль над внутренними СМИ, они стали иметь государственную направленность на сохранение духовных ценностей. Российская медиapolитика становится авторитарной и позиционирует страну как крепость, окруженную врагами, игнорируется чужая культура и прививаются ценности своей.

Дискурс средств массовой информации представляет собой срез культурного и языкового состояния общества, он воспроизводит его социальные институты, культурные схемы [9, с. 280]. Культурный контекст, в свою очередь, представляет собой совокупность ценностных, институциональных, когнитивных условий реализации тех или иных событий и фактов, а также совокупность выразительных средств, которые используют индивидуумы в данных обстоятельствах, поэтому в текстах массмедиа реализуются установки и требования к созданию речевого продукта. Текст, созданный в СМИ, состоит из целостной проекции культурного пространства, он имеет несколько следствий по состоянию структуры, содержания и языка, он достаточно чувствителен к культурным влияниям и изменениям и быстро реагирует на них. Лингвокультурная специфика реализуется в семантике, прагматике и синтактике языкового знака [10, с. 22, 26]. Также есть такой аспект, как политкорректность, в котором проявляются социально-культурные установки общества, отражается толерантность системы СМИ. В Соединенных Штатах Америки есть законодательный указ о запрете оценочных мнений журналистов на новостные материалы, но на практике многие новостные сюжеты имеют комментарии автора и выражают определенное мнение, которое встраивается в окружающую обстановку мира либо же ее дополняет [11, с. 19].

В заключение можно сказать, что обе страны, Российская Федерация и Соединенные Штаты Америки, позиционируют себя как демократические страны, заявляют о том, что их СМИ независимы, но при изучении особенностей подачи информации выяснилось, что обе страны не имеют свободы слова: всё сводится к политическим играм, каждая страна старается управлять массовым сознанием, в той или иной степени привлекая внимание и вызывая определенную реакцию. В политическом дискурсе власть использует СМИ как «четвертую власть»: массмедиа распространяют определенную информацию, транслируя нормы поведения, образ мышления. СМИ остаются важным инструментом правительства, который способствует удачной пропаганде, они формируют традиции и ценности индивидуума.

#### **Литература и источники**

1. Шестакова, Л.А., Средства массовой информации в системе общества. – Нижний Новгород, 2000. С. 12.
2. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. – Москва: ТД Алгоритм, 2015. – 640 с.

3. Доценко, Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. – М.: Издательство МГУ, 1997. – 344 с.
4. Шиллер, Г. Манипуляторы сознанием / Г. Шиллер. – Москва: Мысль, 1980. – 326 с.
5. Михалева, О. Л. Политический дискурс как сфера реализации манипулятивного воздействия: специальность 10.02.01 «русский язык»: диссертация на соискание ученой степени кандидата педагогических наук / Михалева О. Л.; Иркутский Государственный университет. – Иркутск, 2004. – 289 с.
6. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс, Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
7. Бредемайер К. Черная риторика: Власть и магия слова / Карстен Бредемайер; Пер. с нем. – 2-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 224 с.
8. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса: Монография. М.- Волгоград: Перемена, 2000. – 368 с.
9. Макаров М. Л. Основы теории дискурса.– М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.
10. Иванова С.В. Лингвокультурологический аспект исследования языковых единиц. – М., 2003, – С. 22, 26.
11. Щипицына А. А. Дескриптивные и оценочные прилагательные в политическом медиа-дискурсе М., 2006. – С. 19.

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

**УДК 81**

**ВИРТУАЛЬНАЯ ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ: ИНВАРИАНТ И ВАРИАНТЫ  
(на основе российских и китайских социальных сетей)**

*Кащеева А. А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[alstargazer@mail.ru](mailto:alstargazer@mail.ru)

В данной статье рассматривается проблематика межкультурной коммуникации в виртуальной языковой среде на примере представителей русской и китайской лингвокультур. Было проведено сравнение русских и китайцев на уровне национальной языковой личности, выявлены сходства и различия представителей двух рассматриваемых культур. На основании результатов сравнительного анализа был сделан вывод о наличии как сходств, так и различий в коммуникативной составляющей китайской и русской лингвокультур. В ходе написания статьи было проведено сравнение представителей двух виртуальных языковых личностей на основе китайской социальной сети «Weibo» и русскоязычного сегмента социальной сети «Twitter». Проведенный анализ будет составлять базу для дальнейших исследований в области межкультурной коммуникации и лингвоперсонологии.

Ключевые слова: анализ, сравнение, виртуальная языковая личность, виртуальная языковая среда, межкультурная коммуникация, лингвоперсонология.

**VIRTUAL LINGUISTIC PERSONALITY: INVARIANT AND VARIANTS  
(based on Russian and Chinese social networks)**

*Kashcheeva A.A.*

Kemerovo State University

This article examines the problems of intercultural communication in a virtual linguistic environment using the example of representatives of Russian and Chinese linguocultures. A comparison was made between the Russians and the Chinese at the level of the national linguistic personality, and the similarities and differences between the representatives of the two cultures under consideration were revealed. Based on the results of the comparative analysis, it was concluded that there are both similarities and differences in the communicative component of the Chinese and Russian linguocultures. In the course of writing the article, a comparison was made between representatives of two virtual linguistic personalities based on the Chinese social network "Weibo" and the Russian-language segment of the social network "Twitter". The analysis will form the basis for further research in the field of intercultural communication and linguistic personology.

**Keywords:** analysis, comparison, virtual linguistic personality, virtual linguistic environment, intercultural communication, linguopersonology.

Коммуникация в виртуальной языковой среде за последнее десятилетие стала неотъемлемой частью жизни современного человека, что не могло не привлечь внимание исследователей в области лингвистики и ряда смежных наук. Социальные сети, блоги и другие виртуальные платформы, служащие для обмена информацией между пользователями, со временем обретают всё большую популярность. Актуальность данного научного исследования обусловлена не только важностью изучения виртуальной языковой среды, но и необходимостью придерживаться поставленной межкультурной коммуникацией как наукой задачи выявления инвариантов и вариантов, обнаруживаемых при сравнении русских и китайских виртуальных языковых групп в современности.

Для проведения анализа и сравнения двух национальных виртуальных языковых личностей выявлены различия между русскими и китайцами на различных уровнях: интроверсия и экстраверсия, открытость при коммуникации, отношение к юмору, при этом обнаружено, что русские и китайские языковые личности имеют как сходства, так и различия.

В практической части исследования проведено сравнение двух социальных сетей – «Weibo» и «Twitter» – на основании трех следующих факторов: возраст – 14 – 20 лет; гендерная принадлежность – женская; социальный статус – непопулярные в реальной среде личности.

Анализ поведения русских и китайских языковых личностей в виртуальном дискурсе был проведен по следующим критериям:

1. Никнейм. Пользователи социальных сетей выбирают себе никнейм на виртуальных платформах, основываясь на своих личностных качествах и интересах. И русская, и китайская виртуальные языковые личности склонны придумывать себе никнеймы чаще, чем использовать собственные имена.

2. Описание профиля. Немаловажным фактором анализа виртуальных языковых личностей является описание профиля пользователей социальной сети. Сама идея существования данной функции предполагает под собой отражение внутреннего мира владельца аккаунта. По сравнению с китайскими виртуальными языковыми личностями, русские виртуальные языковые личности более открыты в описании своих аккаунтов, что подтверждается наличием юмора и каламбуров в текстах-описаниях.

3. Аватара. Не менее важным фактором анализа виртуальной языковой личности является изображение профиля (в народе именуемое «аватара» или «аватарка»), которое подразумевает под собой выражение личности пользователя социальной сети. Китайцы оказались более склонны ставить свои собственные фотографии в качестве изображения профиля, чем русские.

4. Оформление профиля. Как и аватара, изображение, используемое в качестве оформления профиля в социальной сети, предполагает отражение внутреннего мира пользователя этой социальной сети. Китайские виртуальные языковые личности

придерживаются эстетического оформления аккаунта, в то время как русские виртуальные языковые личности больше склонны использовать героев мультипликации и юмор, чем эстетику.

5. Темы обсуждения являются наиболее важным фактором при сопоставлении двух типов виртуальных языковых личностей. У китайцев доминирует тема своей личной жизни, в то время как русскоязычные пользователи меньше пишут о своей жизни, большую часть публикаций посвящая юмористической теме или теме произведений искусства.

6. Частота самих публикаций. То, насколько часто пользователь публикует свои микроблоги, может многое сказать о личности этого пользователя: насколько он любит коммуникативные взаимодействия, насколько он открыт. Таким образом, представители русской культуры более склонны к общению и коммуникативному взаимодействию, чем представители китайской культуры.

7. Речь: использование сокращений, обценной лексики, жаргонизмов, эмотиконов. Анализ речи при сопоставлении китайской и русской виртуальных языковых личностей является наиболее важным фактором сравнения, так как через речепорождение происходит выражение мира самой языковой личности. Представители китайской культуры в виртуальной среде более аккуратны и точны, чем представители русской культуры, что объясняется национальными различиями.

8. Комментарии – тоже неотъемлемая часть общения в виртуальной среде. По тому, каково содержание комментариев под публикациями выбранных пользователей, можно проследить определённые тенденции. Китайцы оказались более дружелюбны при написании комментариев, чем представители русского народа.

Исследования показали, что языковые личности русской и китайской лингвокультур имеют свои варианты и инварианты и в виртуальной коммуникативной среде, обусловленные национальными различиями. Результаты представленной работы будут являться основой для дальнейших исследований в области виртуального дискурса и межкультурной коммуникации.

#### **Литература и источники**

1. Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю.Н. Караулов. Москва, 1987. 363 с.

2. Богин, Г.И. Модель языковой личности в ее отношении к разновидностям текстов: автореф. дис. ... д-ра филол. наук/Г.И. Богин. Л., 1984.

3. Психологические особенности китайцев // Национальные менталитеты: их изучение в контексте глобализации и взаимодействия культур: электронная база данных URL: [http://national-mentalities.ru/east/vostochnaya\\_i\\_yugovostochnaya\\_aziya/kitajcy\\_osobennosti\\_nacionalnogo\\_harakterachast\\_2\\_psihologicheskie\\_osobennosti\\_kitajcev/](http://national-mentalities.ru/east/vostochnaya_i_yugovostochnaya_aziya/kitajcy_osobennosti_nacionalnogo_harakterachast_2_psihologicheskie_osobennosti_kitajcev/). (дата обращения 13.04.2020).

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

**УДК 81'42**

### **ГЕРОЙ-БОРЕЦ КАК ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ В ДИСКУРСЕ АМЕРИКАНСКОГО СЕРИАЛА «SUPERNATURAL»**

*Сабельникова Д.А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[Sabelnik11@mail.ru](mailto:Sabelnik11@mail.ru)

Настоящее исследование посвящено языковой личности одного из двух главных героев американского сериала «Supernatural» – Сэма Винчестера. В работе языковая личность рассматривается как сложная многоаспектная структура, требующая многостороннего анализа, в частности, с позиции лингвокультурологии. Рассматриваются такие категории, как герой-борец, языковая личность, жанр, кинодискурс и др. Составлен речевой портрет персонажа Сэма Винчестера посредством анализа дискурсивных отрезков на различных языковых уровнях, а также его невербальные характеристики, что позволяет сделать выводы относительно психотипа исследуемой языковой личности и его ценностной составляющей.

**Ключевые слова.** Языковая личность, структура языковой личности, кинодискурс, речевой портрет, герой-борец, речевой анализ.

## **A CHARACTER-FIGHTER AS A LANGUAGE PERSONALITY IN THE DISCOURSE OF THE AMERICAN SERIES «SUPERNATURAL»**

*Sabelnikova D.A.*

Kemerovo State University

The paper studies the language personality of one of the two main characters in the American series «Supernatural» – Sam Winchester. In this research, a language personality is understood as a complex multidimensional structure subject to a comprehensive analysis from the viewpoint of linguoculturology. The author highlights such categories as «character-fighter», «language personality», «genre», «film discourse», etc. A speech portrait of Sam Winchester's language personality 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 and the value constituent of the film personage under study.

**Keywords.** Language personality, the structure of the language personality, film discourse, speech portrait, character-fighter, speech analysis.

Появление и введение в научный обиход понятия «языковая личность» началось с исследований советского лингвиста В.В. Виноградова в 30-х гг. XX века, что создало предпосылки к рассмотрению литературного героя как языковой личности [4]. Дальнейшее развитие идеи ученого получили в работах М.М. Бахтина [1, с.145–146], который также указывал на самостоятельные 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.

В литературе вопроса авторы, занимающиеся изучением языковой личности, предлагают различные трактовки указанного термина. Например, 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 понимает ее 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». Автор предлагает структуру языковой личности, выделив в ней 3 языковых уровня: 1) Вербально-семантический (нулевой), где основными единицами выступают слова. По мнению ученого, полноценное проявление личности только на данном уровне невозможно. 2) Когнитивный, где основные единицы представлены понятиями, идеями и концептами, выраженными при помощи слов нулевого уровня. 3) Прагматический – высший уровень в структуре языковой личности, так как именно на основе целей, мотивов и установок создается текст, позволяющий проводить речевой анализ [6, с. 56].

В данном фрагменте исследования анализу подлежит языковая личность Сэма Винчестера, одного из главных персонажей сериала «Supernatural». Последний рассказывает историю двух братьев Сэма и Дина Винчестеров, которые путешествуют по США на черной Chevrolet Impala 1967 года, расследуя паранормальные явления, многие из которых основаны на городских легендах и фольклоре, а также сражаются с порождениями зла, такими как мстительные духи, демоны, оборотни, левиафаны и другие. В каждом новом сезоне братья сталкиваются с более сильными противниками, а в финале им приходится противостоять самому Богу.

Поскольку линия борьбы пронизывает сюжет фильма от начала до конца - с самим собой, с неблагоприятными обстоятельствами или злом, – большой интерес в работе представляет исследование образа героя-борца. В данном случае термин «герой» синонимичен категории «персонаж», что не исключает проявления им настоящих бойцовских качеств или даже героических поступков. На протяжении многовековой истории своего развития человечество всегда нуждалось в героях: их восхваляли, воспевали в песнях и балладах. Поэтому данное понятие настолько закрепилось во многих культурах, что стало, своего рода, архетипом. Большой толковый словарь [3] дает несколько дефиниций указанных понятий: «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». Принимая во внимание данные определения, очертим содержание феномена героя-борца: главное действующее лицо произведения (в настоящей работе – сериала), обладающее острым умом и сообразительностью, смелостью, готовностью к самопожертвованию, имеющее свою систему ценностей; тот, кто бьется за свободу, честь и жизнь против зла (в качестве последнего может выступать любое явление или персонаж). При анализе языковой личности Сэма Винчестера акцент делается на ценностную составляющую героя и его речевую характеристику.

Исследуемый персонаж является героем сериала, для которого типичны основные жанрообразующие черты кинодискурса, тесно коррелирующего с понятием «кинотекст», что требует их разграничения. Самыми ранними исследованиями кино в отечественной науке занимался Ю. М. Лотман, который рассматривал кинотекст и как дискретный текст, составленный из знаков, и как недискретный, где значение приписывается непосредственно тексту [8, с. 135 – 137]. Ю. Г. Цивьян определяет кинотекст как «дискретную последовательность непрерывных участков текста» [Там же]. Наиболее исчерпывающий характер, на наш взгляд, носит определение Г. Г. Слышкина и М. А. Ефремовой, которые полагают, что кинотекст является постановочным кинофильмом, состоящим из образов, движущихся и статических, речи, устной и письменной, шумов и музыки, особым образом организованных и находящихся в неразрывном единстве [9, с. 22]. По мере расширения предмета лингвистики кинотекста экстралингвистические факторы, рассматриваемые при анализе кинодискурса, выдвигаются на первые позиции. Означенные факторы позволяют А. Н. Зарецкой предложить свое определение кинодискурса: «... это 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]. Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что понятие кинодискурса семантически значительно шире понятия кинотекста, так как последний является лишь одной из составляющих кинодискурса.

Изучение речи Сэма Винчестера по уровням языка свидетельствует о том, что у персонажа наблюдается одна особенность на фонетическом уровне: когда герой взволнован или, чувствуя себя виноватым, пытается оправдаться, он начинает заикаться. Ср.: «*Yeah, I-I didn't get your messages*».

На лексико-семантическом уровне речь Сэма, по сравнению с его братом, скупа на яркие запоминающиеся выражения. Персонаж не обладает искрометным чувством юмора и относится к делу его жизни и спасению людей со всей серьезностью. Шуткам Сэм предпочитает долгие разговоры по душам и мотивационные речи о том, как важно поддерживать друг друга и бороться за возможность жить нормальной жизнью, до конца одержав победу над злом. Ср. эпизод, где Сэму не суждено вернуться из боя живым, и он уговаривает Дина не пытаться вернуть его обратно: «*You go find Lisa. You pray to god she's dumb enough to take you in, and you – you have barbecues and go to football games. You go live some normal, apple-pie life, Dean. Promise me*». Речевой стиль Сэма можно охарактеризовать как разговорный: отмечены просторечные обороты и тяготение к упрощению слов: ср.: *kinda*, *'cause*, *gotta* (амер. разг.). Однако герою, в отличие от его старшего брата Дина, не свойственны чрезмерно разговорные, нестандартные формулы общения, ибо Сэму удалось получить неполное высшее образование в колледже по направлению «юриспруденция».

В результате проведенного анализа речевые особенности языковой личности Сэма на лексико-семантическом уровне можно систематизировать следующим образом:

**1. Слова-маркёры.** Младший Винчестер всегда использует «*Yeah*» или «*Yeah, okay*», если хочет ответить на заданный ему вопрос утвердительно и почти всегда «*Hey*» в качестве приветствия или при обращении к кому-либо, ср.: «*Yeah, mostly. Yeah*»; «*Hey, at least I got some sleep*». Как следствие этого, характерной чертой речи Сэма является частотное употребление разного рода междометий.

**2. Слова-паразиты.** Сюда относится так называемый *idiotic sound* “uh” или «um», который довольно часто мелькает между словами в высказываниях героя: **Dean:** «*How many times in Dad's long and varied career has it actually been a freak medical thing and not some sign of an awful supernatural death?*» **Sam:** «*Uh, almost never*»; **Sam:** «*Hi, uh-we're really sorry*»; «*Kevin, I, uh... I owe you an apology. Um... look, when you disappeared and Dean disappeared*». Чаще всего это проявляется, когда герой взволнован и не знает, что сказать.

**3. Шутки-прибаутки.** Юмор не является характерной чертой дискурса Сэма Винчестера, героя-борца. За его отсутствие, а также за крупную комплекцию и причёску, король ада Кроули дал герою прозвище «лосяра» («*Moose*»). У героя иные психологические защитные механизмы и реакция на страшные происшествя, чем у его брата, который острит всегда и везде. У Сэма есть вера в Бога и в то, что рано или поздно все закончится хорошо. Вера и надежда – то, что спасает героя в трудных ситуациях.

**4. Афористичность.** Не характерна для такого персонажа, как Сэм Винчестер. Герой предпочитает не щеголять своим красноречьем, а заниматься делами, ведь очень часто братья поставлены в жесткие временные рамки.

**5. Профессионализмы.** Так как Сэм – один из самых опытных охотников, его речь изобилует всевозможными профессионализмами, среди которых можно выделить ряд лексико-семантических групп: названия монстров (*wendigo, witch, leviathan, ghost, vampire, werewolf, shtriga, helldogs*, etc.), наименования оружия (*revolver, shotgun, salt, blade, machete, holy water*, etc.), а также другие единицы, связанные с данным ремеслом (*father's journal, family business, exorcism, pentagram, possession*, etc.).

**6. Уменьшительно-ласкательные единицы.** Не наблюдаются на протяжении всего сериала. Герой часто скрывает свои эмоции и, тем более, не проявляет их через уменьшительно-ласкательные единицы.

На синтаксическом уровне эксплицируется типичная привычка Сэма «закидывать» собеседника вопросами, зачастую образующих целую цепочку: ср.: «*You were in Purgatory? For the whole year?*»; «*What about Cas? Was he there?*». Как правило, Сэм старается узнать как можно больше информации, что бывает совершенно необходимо для охотника. Помимо этого, отличительной речевой характеристикой героя является манера начинать вопросы с «so»: «*So, then what, you're not sure?*», «*So what do you think really happened to this guy?*»

Примечательны также некоторые паралингвистические маркеры в дискурсе персонажа. В экстренных ситуациях ускоряется темп его речи, когда Сэм сообщает нечто очень

важное. Аналогичным образом варьируется и громкость голоса – герой повышает его, часто переходя на крик, когда зовет на помощь брата или его захлестывает волна эмоций.

Представленный фрагмент исследования позволяет сделать вывод, что Сэм Винчестер по характеру **флегматик** – проявляет упорство и настойчивость в работе, старается сохранять спокойствие и рассудительность в любых ситуациях. Старается скрывать свои эмоции. Амбиверт – довольно общителен в кругу своих знакомых и коллег, но зачастую предпочитает остаться наедине с самим собой. Персонаж обладает богатой мимикой, которая помогает точно определить настроение и эмоции героя, чего нельзя сказать о жестах. Стремления Сэма стабильны, он настойчив и смело отвечает на вызовы. Он полностью уходит в работу, демонстрируя невероятную усидчивость и сосредоточенность – во многих эпизодах героя можно увидеть в окружении книг, с которыми он может не расставаться часами в поисках нужной информации.

### **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 81'42**

## **ДИСКУРСИВНЫЕ ТАКТИКИ ТРЕЙЛЕРА КАК МОТИВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ РЕКЛАМИРУЕМОГО ФИЛЬМА**

*Халилова Э.Т.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский Государственный Университет»

[elliemax180700@gmail.com](mailto:elliemax180700@gmail.com)

Целью настоящего исследования является определение вербальных и невербальных средств мотивации зрителя в кинодискурсе и их анализ на примере трейлеров американских фильмов. В статье рассматриваются особенности создания трейлеров, изменение их концепции с учётом временных рамок (для примера взяты фильмы как «классического», так

410

и современного кинематографа), их влияние на зрительскую аудиторию, а также обусловленность успеха рекламируемого фильма качеством трейлера, основная задача которого — побуждение заинтересованного зрителя к просмотру. Зарождение интриги появляется благодаря структурной организации ролика: зачастую это комбинация кратких и зрелищных кадров из фильма, связанных не логической цепочкой, а лишь общим сюжетом. Основное внимание в работе уделяется выявлению и описанию специфических лингвистических и экстралингвистических факторов и тактик, воздействующих на аудиторию, на примере таких фильмов, как “Psycho” А. Хичкока и “The Girl With The Dragon Tattoo” Д. Финчера. Исследование показывает, что трейлеры являются неотъемлемой частью кинодискурса и кинематографа в целом. Они играют ключевую роль в прокатном успехе фильма и выполняют важную эмотивную функцию, оказывая значительное влияние на зрительские предпочтения.

**Ключевые слова:** трейлер, кинодискурс, кинематограф, вербально-невербальные средства, мотивация, зритель

## DISCURSIVE TACTICS IN TRAILERS AS A MOTIVATIONAL CONSTITUENT OF ADVERTISED MOVIES

*Khalilova E.T.*

Kemerovo State University  
[elliemax180700@gmail.com](mailto:elliemax180700@gmail.com)

The purpose of this study is to determine the verbal and non-verbal means of viewer motivation in the discourse of American trailers. The article discusses the features of trailer form, their concept that changes with time (at the example of “classic” and modern cinema); its impact on the viewer and the connection between the trailer and the success of the advertised movie. The intrigue addressed to the viewers is born due to the trailer structure: a combination of brief and spectacular film shots that are not usually shown in a chronological order. The paper focuses on identifying specific linguistic and extralinguistic means and tactics influencing the audience in “Psycho” by A. Hitchcock and “The Girl With The Dragon Tattoo” by D. Fincher. As a result, trailers are recognized as an integral part of a film discourse and cinematography, as a whole. They play a crucial role in the successful release of the advertised movies, and, thanks to their emotive function, produce a significant impact on viewers’ preferences.

**Keywords:** trailer, film discourse, cinematography, verbal and non-verbal means, motivation, viewer.

Первое, что приходит на ум при мысли о стране белоголового орла, — безусловно, Голливуд. Нет никаких сомнений в том, что Америка — родина одних из самых культовых шедевров кино, которые по праву можно назвать “бессмертной классикой”. Однако за каждой успешной картиной стоит колоссальная работа, длительный период проб и ошибок и, конечно же, детально продуманное продвижение. Здесь и выступают на “передний план” трейлеры.

В настоящее время кинотрейлеры — это неотъемлемая часть кинодискурса и кинематографа. Они являются основным источником информации о том или ином фильме. Трейлер непосредственно влияет на решение зрителя посмотреть картину. Киноискусство в целом оказывает значительное влияние на общество, поэтому специалисты из разных областей науки проявляют интерес к аспектам кинематографа, связанным с особенностями кинодискурса.

Прежде всего, определимся с терминологией, относящейся к объекту исследования. Одна из наиболее релевантных трактовок кинодискурса принадлежит А. Н. Зарецкой. Автор рассматривает кинодискурс как “связный текст, являющийся вербальным компонентом фильма, в совокупности с невербальными компонентами- аудио-визуальным

рядом этого фильма и другими значимыми для смысловой завершенности фильма экстралингвистическими факторами...” [1, с 32].

Итак, каким требованиям должен удовлетворять качественный трейлер? Один из важнейших факторов – передача настроения всей картины. Зрителю необходимо дать возможность прочувствовать атмосферу фильма и установить с ним эмоциональную связь еще на этапе просмотра трейлера. Кроме этого, трейлер должен быть дискретным и самостоятельным произведением и передавать суть сюжета без излишних подробностей. Отмеченные аспекты реализуются через специфические вербальные и невербальные средства мотивации зрителя, которые зачастую определяют успех рекламируемого фильма.

Одной из главных особенностей кинотрейлеров классической эпохи является отображение ключевых составляющих фильма, подчеркивающих его уникальность, привлекательность и качество. Между тем, повествование в трейлере хаотично, беспорядочно, а иногда и вовсе трудно для понимания. Это оставляет зрителя наедине с неразгаданной тайной, познать которую можно лишь после просмотра фильма в целом. Примером работы, отражающей подобную композицию, можно считать трейлер к фильму “*Psycho*” А. Хичкока. Стремительно меняющиеся кадры, запутанное повествование и неясные мотивы персонажей — все это отражает “классический” характер кинотрейлеров того времени. Примечательно, что в дискурсе трейлера преобладает вербальный аспект. Речевое взаимодействие героев с большим количеством диалогов формирует настроение всего фильма, его атмосферу. Возьмем, к примеру, слова Нормана Бейтса: “*What are you running away from?*”, от которых кровь застывает в жилах, а интонация актера только усиливает ощущение надвигающегося ужаса. Трейлер начинается со знаменитых слов Альфреда Хичкока, закадровое сопровождение знакомит зрителя с местом действия фильма: “*Here we have a quiet little motel...when in fact, it has now become known as the scene of a crime*”. Обобщая сказанное, отметим, что вербальные (устные и письменные) средства мотивации зрителя в трейлерах, такие как экранный текст, титры, субтитры, диалоги, интонация, транслируют аудитории аутентичное настроение картины и эффективно влияют на решение зрителя посмотреть ее.

Трейлер фильма Д. Финчера “*The Girl With The Dragon Tattoo*”— один из немногих роликов, в которых полностью отсутствуют диалоги и закадровые комментарии. Акцент делается на музыке и образах. Зритель заинтригован нетипичной подачей материала. Интерес дополнительно подпитывается профессионально подобранными спецэффектами. Различные манипуляции с видео - пауза, ускорение, замедление и перемотка кадров - все это создает особую энергетику картины и мотивирует зрителя. Отметим также композиционный прием смены кадров в такт музыке, порождающий необычный ритмический рисунок, что помогает удерживать внимание аудитории. Безупречна аранжировка финальных быстро сменяющихся кадров трейлера, в которых камера медленно приближается к поместью, в то время как саундтрек достигает своей кульминации; все это наводит на мысль о том, что с этим местом связано что-то поистине ужасное.

Весьма привлекательна цветовая палитра трейлера, в которой легко улавливаются два доминирующих цвета, противопоставленных друг другу на протяжении всего рекламируемого фильма — холодный синий и болезненный желтый. Безусловно, в этом заложено нечто символическое: с одной стороны, это контрастное портретирование двух главных героев – Микаэля и Лизбет; с другой стороны, отсылка к роману шведского писателя Стига Ларссона (2005 г.) , на котором основан фильм ( синий и желтый – цвета шведского национального флага).

Подводя итог вышесказанному, можно сказать, что роль трейлера в кинематографе чрезвычайно велика. Эти, на первый взгляд, простые и короткие видеоролики являются самостоятельными произведениями киноискусства и требуют больших усилий для того, чтобы эффективно выполнить свою задачу. Грамотно сделанный трейлер, несомненно,

имеет силу над зрителем. Для его создания используются особые лингвистические и экстралингвистические тактики, такие как текстовые, аудио-визуальные, технические средства мотивации, которые могут либо притягивать зрителя к экрану, либо заставить его отвернуться. При этом, вербальное не может существовать без невербального. Данные составляющие дополняют друг друга и оказывают положительное или отрицательное воздействие на аудиторию, что, в конечном счете, напрямую влияет на успех рекламируемого в трейлере фильма.

#### **Литература и источники**

1. Зарецкая А. Н. Особенности реализации подтекста в кинодискурсе: монография / А. Н. Зарецкая. — Челябинск: Абрис, 2012. — 191 с.
2. Psycho Trailer: видео-хостинг YouTube. [Электронный ресурс]. 2007. URL: <https://youtu.be/NG3-GlvKPcg>
3. The Girl with the Dragon Tattoo Official Trailer #1: видео-хостинг YouTube. [Электронный ресурс]. 2011. URL: <https://youtu.be/WVLvMg62RPA>

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Омеличкина С.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

# ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА

УДК 811.111-26

## ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТЬ В ЛИТЕРАТУРЕ МЕТАМОДЕРНИЗМА (НА ПРИМЕРЕ ПРОИЗВЕДЕНИЙ АНГЛИЙСКИХ И АМЕРИКАНСКИХ ПИСАТЕЛЕЙ)

*Герасенко А. И.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[Gerarina99@gmail.ru](mailto:Gerarina99@gmail.ru)

В данной работе рассматривается понятие интертекстуальности, которое давно привлекло внимание текстологов за счет разнообразия трактовок. Данный термин изучается со своей внутренней и внешней стороны – подчеркивается очевидность самой формы слова, делающая его смысл прозрачным и доступным. В ходе работы определяются способы реализации и функции выбранного объекта исследования. Для детального рассмотрения интертекстуальности мы обратились к английской литературе метамодернизма. Этот термин используется в современной лингвистике для обозначения своеобразного нового жанра, являющегося олицетворением изменений и состояний культуры с 1990-х годов до настоящего времени, пришедших на смену постмодернизму. В ходе работы доказывается идея о том, что текст не отображает реальность, а творит новую. В современном мире тексты практически целиком состоят из интертекстов – каждое произведение содержит большую часть аллюзий, цитат и отсылок на различные прецедентные тексты. И чем сильнее мир развивается, тем больше текстов становятся узнаваемыми, тем больше слов имеют ценность и тем легче читателю узнавать сюжеты и нравоучения.

**Ключевые слова:** интертекстуальность, метамодернизм, анализ текста, интерпретация текста, аллюзия, прецедентный текст

## INTERTEXTUALITY IN THE LITERATURE OF METAMODERNISM (ON THE EXAMPLE OF THE WORKS OF ENGLISH AND AMERICAN WRITERS)

*Gerasenko A. I.*

Kemerovo State University

In this work we examine the concept of intertextuality, which has long attracted the textologists' attention due to its diverse representations. This term is studied from its inner and outer sides, the obviousness this very word makes its meaning clear and accessible. In the course of work methods of realization and the research object's functions are determined. For a detailed examination of intertextuality, we turned to metamodernism. This term is used in modern linguistics to mark a kind of new genre, which is the embodiment of the changes and states of culture from the 1990s to the present that have replaced postmodernism. In the work's progress, we prove the idea that the text does not reflect reality, but creates a new one. In the modern world, texts are almost entirely composed of intertexts - each work contains various allusions, quotes and references to precedent texts. And the more the world develops, the more texts become recognizable, the more words become valuable and the easier it is for the reader to recognize plots and moral teachings.

**Key words:** intertextuality, metamodernism, text analysis, text interpretation, allusion, precedent text.

Работа посвящена новому направлению в литературе, созданному за счет стремительного развития общества и тяги мировой культуры к переосмыслению уже давно существующих тем, концепций и взглядов. Изучаемый феномен известен в 21 веке под многими названиями, но самым известным из них является «метамодернизм», представляющий собой воспроизведение всего современного искусства. Мета – это *metá*, с греч. – «между, после, через», а модернизм – от лат. *modernus* — «современный, недавний» или от итал. *modernismo* — «современное течение». Таким образом, метамодернизм стоит между современным и классическим. И поскольку этому направлению предшествует постмодернизм, которому свойственна ирония, нигилизм и отказ от общей концепции, то *метамодернизм* охватывает процесс возрождения искренности, романтизма, возвращения к универсальным истинам в попытках достичь превосходства – трансцендентности.

Для того чтобы понять взаимосвязь и сочетаемость забытой из-за появления модернизма и постмодернизма «классики» и появившимися к концу 20 века взглядами, нами рассматривается понятие «интертекстуальность», сама суть которого хорошо отражается в исследуемом новом жанре литературы. Сам термин обладает довольно прозрачной внутренней формой: лат. *inter* (приставка) – «между», лат. *intertextum* (форма супина) – «вплетенное внутрь». В лингвистическом энциклопедическом словаре термин *интертекстуальности* описан как включение «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 данное понятие было рассмотрено в других источниках, статьях и словарях. Сам термин *интертекстуальности* довольно современный – он был введен в 1967 году Ю.Кристева. По мнению лингвиста, "всякое слово (текст) есть... пересечение других слов (текстов)" [Кристева, 1995, с. 98-99].

Литература и искусство в целом ощутили на себе множество перемен и нововведений, что по итогу привело к объединению всех когда-либо существующих идей. Это не бесследно отражается в текстах метамодернизма, ведь по мнению Р. Барта текст – как в процессе письма, так и в процессе чтения – "есть воплощение множества других текстов, бесконечных или, точнее, утраченных (утративших следы собственного происхождения) кодов" [Барт, 1989, с. 389]; «жизнь лишь подражает книге, а книга сама соткана из знаков, сама подражает чему-то уже забытому» [Барт, 1989, с. 402]. Таким образом, любое произведение по истечению времени вбирает в себя всё больше и больше *интертекстов*, а любая мысль – переосмысление когда-либо созданного. Метамодернизм объединил в себе такое количество текстов, задумок и эпох, что он становится уникальным объектом исследования на сегодняшний момент. Данный жанр стремится к повторному рассмотрению прецедентных текстов в поиске новых ценностей, которые будут соответствовать современным реалиям.

Так, например, в романе американского писателя Эрнеста Клайна «Первому игроку приготовиться» действия происходят в недалеком будущем – 2045 году, всё человечество пользуется новой виртуальной реальностью, включающей в себя не только игры и социальные сети, но и школы, магазины и так далее. Персонажи помешаны на культуре 1980-х, так как создатель онлайн-мира перед смертью завещал своё состояние тому, кто найдет спрятанное пасхальное яйцо, для чего требуется разгадать загадки и найти ключи. Эти подсказки были выполнены в виде стихотворных цитат из игр и песен популярных рок-групп 80-х годов: *I lie awake, staring out at the bleakness of Megadon*, - строчка из альбома «2112» группы Rush.

Другим примером является роман Энди Вейера «Марсианин», где главный герой – космонавт NASA Марк Уотни, оказавшись в полном одиночестве на Марсе, ведет свой дневник. Роман целиком написан от первого лица, однако к концу его записи прерываются и автор начинает говорить вместо героя: *Уотни доел два куска пиццы и прикончил банку кока-колы. Ему осталось убить ещё полчаса, прежде чем пора будет вернуться в Космический центр имени Джонсона. При этом читателю становится ясно, что герой*

вернулся обратно на Землю, так как финальная сцена представлена в виде диалога с мальчиком. Интертекстуальность здесь содержится внутри самой истории – в течение всего романа читатель погружен не в текст от лица создателя, а еще глубже – в мыслях главного персонажа

Проведенное исследование помогло доказать, что метамодернизм уникален не только за счет своей инновационности, но и благодаря большому количеству интертекстуальных связей, помогающих этому новому литературному термину ярче раскрыться.

#### **Литература и источники**

1. № 1. Арнольд, И. В. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность / И. В. Арнольд. – Спб.: Образование, 1999. – 168 с.
2. Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М., 1989.
3. Кристева Ю. Бахтин, слово, диалог и роман. Вестн. Московского ун-та. Сер. 9. 1995.
4. Ильин, И.П. Стилистика интертекстуальности: теоретические аспекты // Проблемы современной стилистики [Текст]: сборник научно-аналитических трудов / И.П. Ильин. – М.: Изд-во Наука, 1989. - 191 с.
5. Ильин, И.П. Интертекстуальность // Современное зарубежное литературоведение [Текст]: энциклопедический справочник / И.П. Ильин. – М.: Изд-во Интрада, 1996. - 217 с.

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

**УДК 82**

### **АНОМАЛЬНЫЙ ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ МИР В РОМАНЕ Р. БРЭДБЕРИ «МАРСИАНСКИЕ ХРОНИКИ»**

*Пискунова В. В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[piskunova.nika@mail.ru](mailto:piskunova.nika@mail.ru)

В работе предпринят литературный анализ образа Марса на материале романа Р. Брэдбери «Марсианские хроники». В ходе исследования было обнаружено, что данное небесное тело описывается не только с научной точки зрения, как ближайшая планета к Земле, но и с мифологической точки зрения, как символ конфликта и войны. Показательно, что через образ Марса и мотив его колонизаторства автор поднимает актуальные проблемы современности, например, неуважение к чужой культуре; угроза ядерной войны и пр.

**Ключевые слова:** аномальный мир, sci-fi, мифологическая картина мира, образ Марса, Р. Брэдбери, опасность, колонизация

### **ANOMALOUS FICTION WORLD IN "THE MARTIAN CHRONICLES" BY R. BRADBURY**

*Piskunova V. V.*

Kemerovo State University

The work presents a literary analysis of the Mars image based on the material of R. Bradbury's novel "The Martian Chronicles". It was found out that Mars is described not only from a scientific point of view, as the closest planet to Earth, but also from a mythological point of view, as a symbol of conflict and war. It is significant that through the image of Mars and the motive of its colonization the author raises current problems of modern problems, for example, disrespect for foreign culture, the threat of nuclear war, etc.

**Keywords:** anomalous world, sci-fi, mythological picture of the world, image of Mars, R. Bradbury, danger, colonization

За последние сто лет писатели-фантасты в своих произведениях «исследовали ближайший космос», описав почти каждую планету Солнечной системы. Можно сказать, что Марс остается, пожалуй, самой популярной планетой, вдохновляющей авторов на создание образа фантастического пространства, в котором строится новая фантастическая реальность. Фантасты создавали на нём уникальные художественные миры, утопии и антиутопии, как с участием внеземной цивилизации, так и без нее.

У каждого писателя Марс обладает особенными характеристиками, но при этом мотив неизвестности и опасности присутствует в его образе. Для объяснения этого феномена следует проанализировать значение символа красной планеты. Картина научной фантастики переплетается с мифологической картиной мира, так как основывается на необходимости и попытках описать, неизвестные науке и человечеству объекты и явления. В мифах разных народов красноватый цвет Марса вызывал ассоциации, связанные с кровью, агрессией и войной (в шумеро-аккадской мифологии, в античной мифологии) [1, с 98]. Так, Марс был одним из древнейших богов Италии и Рима и входил в триаду богов, возглавлявших римский пантеон. Существуют различные мнения о первоначальной природе Марса: его считают как хтоническим божеством плодородия, богом дикой природы, всего опасно-неизвестного, так и богом войны. Считалось, что Марс сопровождал идущих на войну мужей. Позднее функции Марса ограничились лишь военными действиями, так как он был отождествлён с греческим Аресом [1, с 643]. Таким образом, сама планета Марс является символом войны, конфликта, что влияет на архитектуру и сюжет художественного произведения, события которого так или иначе связаны с Марсом.

Раскрытие марсианской темы в современной литературе было бы неполным без «Марсианских хроник» Рэя Брэдбери. Марс в этом романе изменчивый и непостоянный. Красная планета у Брэдбери — поэтическая метафора, символ чужого, но в то же время знакомого мира. «Марсианские хроники» — собрание коротких историй и эпизодов об освоении Марса людьми, в котором Р. Брэдбери воплотил настоящий мир, используя вымышленную обстановку будущего. Роман в форме летописи описывает историю колонизации Марса, противостояние и уничтожение местного населения, искоренение культуры и природы (*The old Martian names were names of water and air and hills <...>. [They] were plunged with new names <...>, all the mechanical names and the metal names from Earth* [2]), Третью мировую (ядерную) войну. Люди улетают на Марс за лучшей жизнью, плодородием, но получают как войну межгалактическую, так и ядерную, уничтожившую Землю и большую часть человечества.

В художественном пространстве Марса писатель персонализирует объекты. Все предметы имеют природное происхождение или уподоблены природе: книга обладает собственным голосом, пули и оружие по своим характеристикам приравниваются к насекомым, а дом следует за солнцем. Приём одушевления предметов нередко встречается у писателей-фантастов. Это прием миротворческого допущения, являющийся одной из характеристик научной фантастики. Писатель пытается создать новый, непохожий мир (место), не поддающееся известным законам и нормам. Марс аномален для человеческого восприятия, так как на нем слишком разреженный воздух и враждебное местное население, старающееся всеми силами сохранить привычный уклад жизни и установившуюся гармонию с природой, что показано в главах “Ylla” и “And the Moon Be Still as Bright.” Помимо этого, Спендер (протагонист рассказа “And The Moon Be Still as Bright”) говорит, что верит в призраков и душу вещей (“*Ask me, then, if I believe in the spirit of the things as they were used, and I’ll say yes*”). В момент созерцания Спендером древних развалин, экипаж ракеты устраивает пир, показывая свою истинную натуру и низкий уровень культуры поведения. Это подтверждается антитезой: обильные выделения биологических человеческих жидкостей (пот, рвота) на фоне изящной древней архитектуры: “*Without a*

*word the Earth Men stood in the center of the city. It was a clear night. There was not a sound except the wind. At their feet lay a tile court worked into the shapes of ancient animals and peoples. They looked down upon it. Biggs made a sick noise in his throat. His eyes were dull. His hands went to his mouth; he choked, shut his eyes, bent, and a thick rush of fluid filled his mouth, spilled out, fell to splash on the tiles, covering the designs. Biggs did this twice. A sharp winy stench filled the cool air” [2].*

Р. Брэдбери детально описывает, как древний город превращается в место, близкое к отхожему. Это связано и с культурой прилетевших колонизаторов, и с тем, что на самом деле принесли люди с собой в новый мир. Все зависимости от местоположения во Вселенной, человек не избавляется от своей натуры, а именно приземленных желаний, потребностей, искушений и тягой к разрушению, в том числе и саморазрушению. Данные факты являются унифицированными и актуальными социальными проблемами человечества, вне зависимости от времени, места и цивилизации.

В рассматриваемом контексте Марс представляется как враждебная зона с двойственной природой. Как символика планеты, так обитатели и колонизаторы превращают его в систему опасностей: ветрянка, занесенная с Земли Третьей экспедицией, уничтожает коренных марсиан, а после неизвестный науке вирус поражает основавшихся на Марсе Землян.

*Yes. I made tests. Chicken pox. It did things to the Martians it never did to Earth Men. Their metabolism reacted differently, I suppose. Burnt them black and dried them out to brittle flake. [2].*

*The four crosses were there, sir. The names were still on them. I wrote them down to be sure.’ He read from a white paper: ‘Alice, Marguerite, Susan, and John Hathaway. Died of unknown virus [2].*

Условная форма хроник не связывает фантазию автора с научными данными. Она создает поэтический рассказ о столкновении и непонимании культур; о вымирании обитателей Марса в результате распространения занесённого землянами вируса; о деятельности не обременённых уважением к чужой культуре американцев; о гибели в результате ядерной войны Земли; о новом зарождении человеческой цивилизации на опустевшем Марсе.

Большинство исследователей отмечают художественную «неоднородность» романа: Марс Брэдбери «то обитаем, то безнадежно мёртв, по знаменитым его каналам либо журчит живительная вода, либо сухо скрипит горячий песок» [3]. Несмотря на это, роман пронизывает общая тема – история достижения и завоевания Марса. Кроме того, необходимо учитывать идейное содержание, объединяющее новеллы и рассказы в единое целое. Марс Брэдбери — не столько ближайшая к нам планета Солнечной системы, сколько символический образ испытательного полигона. Всё, что волнует писателя на Земле, он переносит на Марс, в идеальные условия. Брэдбери описывает человеческую нетерпимость и человеческое упорство, ненависть и самопожертвование, благородство и глупость. В зависимости от поставленной задачи меняются не только декорации и организация пространства, но и языковое оформление. Сюжетная неоднородность, дуализм и конфликт «Марсианских хроник» позволяет автору свободно обращаться к разнообразным темам и проблемам, волнующим его и его современников.

#### **Литература и источники**

1. Лосев А. Ф. «Мифы народов мира» / А. Ф. Лосев. – М: Советская Энциклопедия, 1980. – С. 98, 643.
2. Bradbury R. The Martian Chronicles. [Electronic resource] // R. Bradbury. – NY: Doubleday, 2001. URL: [https://royallib.com/book/Bradbury\\_Ray/The\\_Martian\\_Chronicles.html](https://royallib.com/book/Bradbury_Ray/The_Martian_Chronicles.html)
3. Парнов Е. И. Фантастика в век НТР / Е. И. Парнов. — М.: Знание, 1974. — С. 62

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

УДК 821.161.1

**ОБРАЗ ЖЕНСКИХ НОЖЕК В ПОВЕСТИ Н.М. КАРАМЗИНА  
«РЫЦАРЬ НАШЕГО ВРЕМЕНИ»**

*Ефименко Е.Е.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[efimenkoekaterinae@yandex.ru](mailto:efimenkoekaterinae@yandex.ru)

В своём исследовании автор рассматривает функциональный аспект употребления образа женских ножек в повести Н.М. Карамзина «Рыцарь нашего времени». Выделяющийся образ из ряда текстовых элементов привлекает к себе внимание, тем самым вызывает интерес к научному обоснованию его использования. Работа опирается на литературоведческие, культурологические и философские труды по эстетике, телесности, фразеологии и динамике культурного кода женских ножек в целом. Устанавливаются связи с просветительской программой Н.М. Карамзина, в которой рассматривается проблема гражданского воспитания дворян. Исследователь отталкивается от направления – сентиментализма, в рамках которого создано произведение. Анализ «чувствительной повести» позволяет установить функциональные аспекты употребления образа. Образ ножек рассматривается как сюжетобразующий и содержащий в себе эстетическое значение. В повести Н.М. Карамзина «Рыцарь нашего времени» процесс воспитания происходит в любви и нежности. Графиня Мировая выступает в качестве педагога и наставника, обучая Леона правилам галантности. А ножки героини становятся инструментом в процессе освоения прекрасного. Исследование образа женских ножек в повести «Рыцарь нашего времени» Н.М. Карамзина позволяет расширить границы изучения телесности в литературе.

**Ключевые слова:** образ женской ножки, функциональный аспект образа, сюжетобразующий образ, эстетическое значение образа, Н.М. Карамзин, телесность в литературе

**IMAGE OF FEMALE LEGS IN THE STORY OF N.M. KARAMZIN  
"KNIGHT OF OUR TIME"**

*Efimenko E.E.*

Kemerovo State University

In his research, the author examines the functional aspect of using the image of female legs in the story by N.M. Karamzin "A Knight of Our Time". An image that stands out from a number of text elements attracts attention, thereby arousing interest in the scientific substantiation of its use. The work is based on literary, cultural and philosophical works on aesthetics, corporeality, phraseology and the dynamics of the cultural code of women's legs in general. Links are being established with the educational program of N.M. Karamzin, in which the problem of civic education of the nobles is considered. The researcher starts from the direction - sentimentalism, within the framework of which the work was created. Analysis of the "sensitive story" allows you to establish the functional aspects of the use of the image. The image of the legs is considered as plot-forming and containing an aesthetic meaning. In the story of N.M. Karamzin "A Knight of Our Time" the process of education takes place in love and tenderness. Countess Mirova acts as an educator and mentor, teaching Leon the rules of gallantry. And the legs of the heroine become a tool in the process of mastering the beautiful. Investigation of the image of female legs in the story "A Knight of Our Time" by N.M. Karamzin makes it possible to expand the boundaries of the study of corporeality in literature.

**Keywords:** image of a female leg, functional aspect of the image, plot-forming image, aesthetic value of the image, N.M. Karamzin, corporeality in literature

Среди многочисленных образов русской классической литературы встречается немало примечательных элементов, наталкивающих интерпретаторов на глубокие размышления. К подобным относится и образ женских ножек.

В рамках исследования нас интересовали авторские интенции касательно непривычного образа для читателя в «чувствительной повести» Н.М. Карамзина «Рыцарь нашего времени». Телесная деталь героини произведения выделяется из ряда текстовых элементов, чем вызывает интерес к научному обоснованию ее применения.

В процессе изучения такого редкого литературного образа было необходимым апеллировать к концепциям телесности. Само понятие было введено крупнейшими мыслителями XX века П. –М. Фуко, Р. Бартом, Ж. Делёзом и др. с опорой на эстетику Ф. Ницше и С. Кьеркегора. А.Ф. Лосев рассматривает категорию тела в оппозиции с категорией души. В.А. Подорога подходит к пониманию телесности с точки зрения мифологического подхода [7].

С развитием общества обращение к телу становится не просто способом познать мир или доступным объяснением, сравнением чего-либо. С переворотом в гуманитарных науках возникает антропологический феномен телесности [6]. Сущность идеи которого базируется на том, что туловище – это не просто организм с биологической точки зрения. Образы тела – культурное явление, порожденное социальными процессами и несущее в себе ряд специфических функций.

Для осмысления целостного образа литературного героя необходимо соотнести внешность героя с его внутренним «я», включающим и образ тела. Так, М. М. Бахтин говорит о «внешнем теле» героя, противопоставляя его с одной стороны «внутреннему телу» (в кругозоре «я») и с другой стороны - внешней (то есть явленной другому) душе [1].

Итогом исканий Н.М. Карамзина как психолога, опытом, который объединил в себе все признаки жанра модели русского романа 18 века, является произведение «Рыцарь нашего времени». Автор удивительно прочувствовал и понял «дух времени», создал характер, который разовьётся далее, в первой половине 80-х годов 19 века. В произведении содержится просветительская программа Н.М. Карамзина, сталкивающаяся с проблемой гражданского воспитания дворян. По мнению Л.А. Сапченко, «впечатления детства Леона таковы, что должны сформировать рыцаря» [3].

В произведении Леон подаёт графине Эмилии башмачки. Это не воспринимается для героя как унижение, наоборот, он «видел самые прекрасные ножки» [4]. Графиня взяла роль «второй маменьки» и именно поэтому обучала юношу дворянским манерам, таким образом, помогая внутреннему становлению его личности. Леон усваивает три урока галантности: изучение себя для осознания предназначения миру, формирование светской психологии, ощущение и понимание женской красоты. Обучение происходит на «границах любви и нежности».

Своими уроками Эмилия формировала душу молодого члена светского общества. Именно поэтому подавать башмачки – это стремление прикоснуться к женской красоте. Черты психологизма в произведении отражены в мысли о том, что, изображая и изучая обстоятельства жизни героя в раннем детстве, можно объяснить многие свойства его дальнейшего, уже сформировавшегося характера. Эмилия дарила Леону нежность: «согревала поцелуями», «делала из него человека», а он в ответ старался «угодить ей в таком милом деле» [4]. Главный принцип воспитания по Н.М. Карамзину в данном произведении – любовь. Исходя из этого, даже учение воспринимается здесь как наслаждение.

Заклученный с детских лет в женское семантическое пространство, герой «чувствительной повести» учится воспринимать мир через взаимоотношения с «матерями»: грудное кормление биологической матери, уроки графини Мировой... Тактильные

ощущения Леона, мастерски описанные Н.М. Карамзиным, становятся элементом психологизма, свойственному данному произведению. Таким образом, прикосновения к ножкам Эмилии – этап постижения прекрасного, урок любви и галантного отношения к даме.

#### **Литература и источники**

1. Бахтин, М.М. Вопросы литературы и эстетики: Исследования разных лет / М.М. Бахтин. – М.: Художеств., лит., 1975. – 502 с.
2. Бережная, Е.А. Динамика телесных образов: проекция культуры в искусстве/ Е. А. Бережная // Гуманитарные и социальные науки. Южный федеральный университет. – Р. н/Д., 2015. - №2. – с. 195-204
3. Донскова, Е.С. «Галантная психология» в повести Н.М. Карамзина «Рыцарь нашего времени»/ Е.С. Донскова // Сборник статей и материалов Пятой Всероссийской научно-практической конференции. Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, 2016. – с. 64-67
4. Карамзин, Н.М. Избранные сочинения в двух томах / Н.М. Карамзин – М.: Л., 1964. – 2 т.
5. Лосев, А. Ф. Очерки античного символизма и мифологии / А.Ф. Лосев. - М.: Мысль, 1993. - 959 с.
6. Маслов, Р. В. Философия телесности человека / Р. В. Маслов, С. П. Позднева // Современная парадигма человека / Сарат. техн. ун-т. Саратов, 2000. - 68-75 с.
7. Подорога, В.А. Феноменология тела: Введение в философскую антропологию: Материалы лекционных курсов 1992-1994 гг. / В. А. Подорога. - М.: Ad Marginem, 1995. – 339 с.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Поселенова Е. Ю., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

**УДК 811.161.1'38**

#### **ИНТЕРПРЕТАЦИЯ РАССКАЗА А. П. ЧЕХОВА «ДУШЕЧКА» КЛАССИКАМИ РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

*Луцык О.С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[olga\\_sergeevna42@mail.ru](mailto:olga_sergeevna42@mail.ru)

Предлагаемая статья представляет собой обзор интерпретаций рассказа А.П. Чехова «Душечка» современниками автора, классиками русской культуры. Спорность рассказа и характера главной героини обуславливают актуальность работы. Точки зрения исследователей, критиков и писателей на образ героини, её жизненные установки, а также на оценку героини автором, зачастую противоположны. Причём споры, начавшиеся при жизни автора, продолжаются и в настоящее время. Главное противоречие в её образе, являющееся объективной почвой разницы прочтений рассказа, – это наличие способности героини всецело отдаваться в любви другому человеку и при этом многочисленные свидетельства внутренней пустоты, отсутствия собственного мнения.

**Ключевые слова:** классики русской литературы, «Душечка», любовь и ирония, А.П. Чехов, Л. Н. Толстой, М. Горький.

#### **INTERPRETATION OF THE STORY OF A. P. CHEKHOV "DARLING" BY THE CLASSICS OF RUSSIAN LITERATURE**

The article is a review of the interpretations of the story of A. P. Chekhov "Darling" by the author's contemporaries, classics of Russian culture. The controversial nature of the story and the character of the main character determine the relevance of the work. The views of researchers, critics and writers on the image of the heroine, her life attitudes, as well as on the assessment of the heroine by the author, are often opposite. Moreover, the disputes that began during the author's lifetime continue to this day. The main contradiction in her image, which is the objective ground for the difference in the readings of the story – is the presence of the heroine's ability to completely give herself in love to another person and at the same time numerous evidence of inner emptiness, lack of her own opinion.

**Key words:** classics of Russian literature, "Darling", love and irony, A. P. Chekhov, L. N. Tolstoy, M. Gorky.

Героиня рассказа А. П. Чехова «Душечка» с момента его опубликования и до настоящего момента порождает множество споров современников, критиков, других писателей и исследователей творчества автора.

Рассказ был опубликован в 1899 году и вызвал живой отклик в читательской среде. Своё мнение относительно произведения высказали современники А. П. Чехова – Е. Ломакина (1899), Т. Л. Толстая (1899), И. И. Горбунов-Посадов (1899), Вл. И. Немирович-Данченко (1903), М. Горький (1904), Л. Н. Толстой (1905). Исходя из их высказываний, не вызывают сомнения художественные достоинства произведения, в то время как образ героини интерпретируется неоднозначно. Более поздние исследования рассказа «Душечка», принадлежащие А. Мелковой (1974), З. Паперному (1976), В. Б. Шкловскому (1983), В. И. Тюпе (1989) и другим литературоведам, также не содержат единого взгляда на характер героини. В многочисленных работах, посвящённых изучению образа Душечки в рассказе, отмечается его различность его интерпретаций.

В рассказе А. П. Чехова «Душечка» авторское отношение к героине не лежит на поверхности, что порождает определённые разногласия в интерпретации рассказа.

Проблема авторского замысла и интерпретации его читателями отражена в спорах, возникших вокруг рассказа. Одними из наиболее противоположных мнений являются позиции Л. Н. Толстого и М. Горького. Свою точку зрения Л. Н. Толстой выразил в послесловии к рассказу: «не смешна, а свята, удивительна душа «Душечки» с своей способностью отдаваться всем существом своим тому, кого она любит» [Толстой, 1983, с. 316]. В образе героини Л. Н. Толстой не только отрицает юмористический посыл автора, но и находит в ней идеал женщины, причём «новой», являющейся решением «женского вопроса». Важно также его замечание о том, что данная характеристика героини непреднамеренно обрисована А. П. Чеховым: «он хотел свалить Душечку и обратил на неё усиленное внимание поэта и вознёс её» [Толстой, 1983, с. 317]. Данное утверждение Л. Н. Толстой выражает через аналогию из «Книги чисел»: Валаам, сопоставленный с автором рассказа «Душечка», вместо проклятия благословил народ израильский, то есть героиню произведения.

В послесловии Л. Н. Толстого не содержится подробного анализа рассказа. Мы видим общую оценку произведения в художественном и в социальном аспекте. Своей интерпретацией рассказа Л. Н. Толстой пытается не только оценить его в художественном отношении, но и найти решение важным общественным вопросам, касающимся места женщины в обществе, её прав, а также поисков женского идеала и взаимоотношений противоположных полов. Восприятие Л. Н. Толстым героини носит сентиментальный характер. Писатель подробно описывает свои чувства в момент прочтения рассказа: «Я не могу без слёз читать некоторые места этого удивительного рассказа <...> Меня трогает и рассказ о том, как она с полным самоотречением любит Кукина...» [Толстой, 1983, с. 316]. Эстетической доминантой произведения, по Л. Н. Толстому, таким образом, является лирическое, притчевое начало произведения. Данную концепцию поддерживает Н. Я. Берковский в своей статье «Чехов –

повествователь и драматург», отмечая особое соотношение комического и лирического в «Душечке» [Берковский, 1985, с. 261].

Совершенно противоположную оценку характеру главной героини даёт М. Горький. Его характеристика Ольги Племянниковой кратко излагается в статье об А. П. Чехове: «тревожно, как серая мышь, шмыгает «душечка» – милая, кроткая женщина, которая так рабски, так много умеет любить» [Горький, 1923, с. 55]. Практически идентичную точку зрения высказывает современник А. П. Чехова А. С. Глинка-Волжский, характеризующий «душечку» как одну из «людей, рабски покорно, без тени протеста отдающихся бессознательной силе стихийного течения обыденной жизни...» [Глинка-Волжский, 1903, с. 66]. Отнесение «душечки» к одному из художественных обобщений, к типу «бессознательно-равнодушных людей Чехова», А. С. Глинка-Волжский обосновал наличием в ней такой черты, как податливость внешним условиям, связанную с отсутствием каких-либо духовных интересов.

Между этими, противоположными друг другу, толстовским и горьковским мнениями существуют и другие, менее категоричные, отзывы читателей. Например, И. И. Горбунов-Посадов подмечает в «Душечке» «тонкий, милый юмор, сквозь который слышится грусть...», а также типичность образа героини – «их тысячи...» [Горбунов-Посадов, 1959, с. 7], соотносит его с гоголевскими типами. Сравним его мнение с высказыванием режиссёра, современника А. П. Чехова, В. И. Немировича-Данченко (1903): «Все женщины делятся на «душечек» и какой-то другой вид, причём первых – 95 %, а вторых – только 5. Прекрасная вещь» [Немирович-Данченко, 1944, с. 166]. Социальная направленность таких оценок, сравнение литературного героя и образа женщины того времени связаны с актуальностью во времена жизни писателя так называемого женского вопроса. Об этом говорят не только приведённые читательские отклики, но и факт сопоставления читательниц-женщин себя с литературной героиней (Т. Л. Толстая: «в «Душечке» я так узнаю себя, что даже стыдно...» [Толстая, 1895, с. 872]).

Современники А.П.Чехова стыдились, умиляли и критиковали главную героиню, не видя за «мышью» лишь грусть неразделенной истинной любви, скрытую под пеленой «милого создания».

#### Литература и источники

1. Глинка-Волжский, А. С. Очерки о Чехове. СПб. – 1903. – С. 66.
2. Горький, М. Полн. собр. соч. М.: «Наука», 1968–1976. – Т. 6. – С. 55.
3. Толстой, Л.Н. Послесловие к рассказу Чехова «Душечка» // Толстой Л.Н. Собрание сочинений в 22 тт. М.: Художественная литература, 1983. Т. 15. С. 315–318.
4. Хайнади, З. Русская Психея: Чехов «Душечка» / З. Хайнади // Литература. – 2005.
5. Холкин, В. Душечка или душа / В. Холкин // Новый мир, 2008. № 9.
6. Хомяков, В. И. Одна из типологических разновидностей женских образов в произведениях Достоевского, Чехова и Федина (Соня Мармеладова – Душечка – Анна Тимофеевна) / В. И. Хомяков // Творчество А.П. Чехова: межвуз. сб. науч. тр. – Ростов н/Д.: Изд-во Ростов. гос. пед. ин-та, 1984.
7. Хрокин, В. Душечка или душа? [Текст] : [любовь в рассказе А. П. Чехова "Душечка" и романе И. А. Гончарова "Обломов" ] / В. И. Хрокин // Новый мир. – 2008. – № 9. – С. 153–164.

*Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Фуксон Л.Ю., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

**УДК 811.161.1'38**

## ОБРАЗ «РУССКОГО НЕМЦА» В РОМАНЕ И.А.ГОНЧАРОВА «ОБЛОМОВ»

*Байдилук Р.А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[reginabaidilyuk@mail.ru](mailto:reginabaidilyuk@mail.ru)

Предлагаемая статья посвящена осмыслению немецкой темы через образ Андрея Ивановича Штольца в романе И.А. Гончарова «Обломов».

**Ключевые слова:** историографический обзор, немецкая тема, роман «Обломов», И.А. Гончаров.

### THE IMAGE OF THE "RUSSIAN GERMAN" IN THE NOVEL OF I.A.GONCHAROV "OBLOMOV"

*Baydilyuk R.A.*

Kemerovo State University

This article is devoted to the interpretation of the German theme through the image of Andrei Ivanovich Stolz in the novel by I.A. Goncharova "Oblomov".

**Keywords:** historiographical review, German theme, novel "Oblomov", IA Goncharov.

Немецкая тематика, берущая свое начало уже в первых главах и являющаяся ведущей до конца повествования, поспособствовала возникновению национальной проблематики в романе И.А. Гончаров «Обломов». Данную тему активно изучали литературоведы через образ Андрея Штольца. Образ «русского немца» рассматривался литературоведами и критиками с момента публикации романа. Примечательно, что Штолец рассматривается не только как антипод главного героя, но и как отдельный персонаж. Он необходим в произведении не для того, чтобы показать все недостатки или достоинства Обломова. Штолец- новый тип персонажа, «русский немец».

*Цель* статьи – описать образ «русского немца» Штольца и выявить черты героя, которые характерны для каждой из присущих ему национальностей.

Выбор *материала* исследования обусловлен тем, что образ Андрея Ивановича Штольца является одним из главных в романе. В нем более всего заметно сплетение национальных характеров. Также необходимо отметить, что реакция критиков на данный образ до сих пор остается неоднозначной.

*Методология исследования* базируется на исследованиях таких ученых, как А.И. Герцен, [1], В.Н. Криволапов [3], В.Н. Кузнецова [4], В.И. Мельник [5], В.И. Холкин [6], которые рассматривали Штольца с точки зрения его национальности.

Андрея Штолец- носитель двух национальностей и культур. В. Кузнецова в статье «Образ Штольца и традиция изображения «русского немца» в отечественной литературе» пишет: «Основопологающая особенность изображения Штольца состоит в двукультурии, двоемирии «русского немца»». [4]

**1.1. Внешность.** Образ Штольца начинается с особенностей его внешности. Он худощавый, мускулистый, стройный мужчина:

«Он весь составлен из костей, мускулов и нервов, как кровная английская лошадь. Он худощав, щек у него почти вовсе нет, то есть есть кость да мускул, но ни признака жирной округлости...»[2].

У Штольца зеленые, выразительные глаза:

"...Андрюша детскими зелененькими глазками своими смотрел вдруг в три или четыре разные сферы..."

"...глаза хотя немного зеленоватые, но выразительные..." [2].

У него ровный, смугловатый цвет лица:

"...цвет лица ровный, смугловатый и никакого румянца..." [2].

Он не делает лишних движений телом. Если он сидит, то сидит спокойно, а если использует мимику, то столько, сколько нужно.



### Литература и источники

1. Герцен А.И. Русские немцы и немецкие русские//Сочинения в 9-ти томах.: Государственное Издательство Художественной Литературы, 1958. – Т. VII. – 263с
2. Гончаров И.А. Обломов // И.А. Гончаров. – СПб. : Эксмо, 2006. –140с.
3. Криволапов В. Н. «Типы» и «Идеалы» Ивана Гончарова. – Курск: изд-во Курского государственного педагогического университета, 2000. – 234с.
4. Кузнецова, В.Н., Образ Штольца и традиция изображения «русского немца» в отечественной литературе/ В.Н. Кузнецова // Познаем мир сами. Науч.-практич.метод сборник . –2012. –№ 9. – С. 31–37.
5. Мельник В.И. «Русские немцы» в жизни и творчестве И.А. Гончарова // И.А. Гончаров: (Материалы международной конференции, посвященной 180– летию со дня рождения И.А. Гончарова) // Ульяновск, 1994. – С. 102– 112.
6. Холкин В. И. Андрей Штолец: поиск понимания // Гончаров И. А.: Материалы Международной конференции, посвященной 190-летию со дня рождения И. А. Гончарова// Сост. М. Б. Жданова, А. В. Лобкарёва, И. В. Смирнова; Ульяновск : Корпорация технологий продвижения, 2003. –С. 38-48.

*Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Фуксон Л. Ю., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

УДК 811.111-26

### СПЕЦИФИКА ИЗОБРАЖЕНИЯ КОМИЧЕСКОГО В СОВРЕМЕННЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЯХ ИРЛАНДСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

*Горшкова А.Я.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[alexandra\\_moon99@mail.ru](mailto:alexandra_moon99@mail.ru)

В данной статье мы рассмотрим ирландский юмор, а вернее, его одну особенность, которая выражается посредством использования в романах «псевдонаучных» теорий, характеризующихся чрезмерной абсурдностью, нелогичностью и нелепостью, а так же способствующих созданию комического эффекта. Для достижения подобного эффекта используются абсурд или апагогия, логический приём, выраженный в некоторых противоречиях, различные стилистические приёмы такие как: олицетворение, игра слов и т.д. Юмористическая традиция в ирландской литературе основывается на использовании гротескного, макабрического и фантастического юмора. Осмеяние всего, связанного со смертью и с продолжением жизни очень популярно в Ирландии и стало одной из доминант ирландского литературного юмора. Противоречивость, двойственность менталитета неразрывно соединена с неопределённой языковой ситуацией в стране. Юмор в ирландской литературе используется в виде лингвистической игры. Также стоит отметить, что довольно часто языковой юмор выражается в форме комической атаки, комической деконструкции языка как системы репрезентации. В рассматриваемых произведениях вымышленные истории, искажение действительности и комическое «остранение» формируют парадоксальность ирландского юмора, и указывают на склонность персонажей к метарефлексии и эскапизму.

**Ключевые слова:** юмористический эффект, комический эффект, ирландский юмор, абсурд, олицетворение, ирландская литература.

### THE SPECIFICS OF THE IMAGE OF THE COMIC

## IN CONTEMPORARY WORKS OF IRISH LITERATURE

*Gorshkova A.Y.*

Kemerovo State University

In this article we will consider Irish humor, or rather, its one feature, which is expressed through the use of "pseudoscientific" theories in novels, characterized by excessive absurdity, illogicality and absurdity, as well as contributing to the creation of a comic effect. To achieve such an effect, absurdity or apalogy, a logical device expressed in some contradictions, various stylistic devices such as impersonation, play on words, etc. are used.

Irish humor is based on the use of grotesque, macabre and fantastic humor. The ridicule of everything related to death and the continuation of life is very popular in Ireland and has become one of the dominants of Irish literary humor. The inconsistency, the duality of the mentality is inextricably linked with the uncertain linguistic situation in the country. Humor in Irish literature is used as a linguistic game. It is also worth noting that quite often linguistic humor is expressed in the form of a comic attack, a comic deconstruction of language as a system of representation. Ireland has a penchant for fantasizing, telling fables and distorting reality, and it has also left its mark on Irish prose. Fictional stories and comic "defamiliarisation" renew such immanent features and functions of Irishness and, consequently, Irish humor, such as paradox, a tendency to metareflection and escapism.

**Key words:** pseudoscientific theories, humorous effect, comic effect, Irish humor, absurdity, personification.

Изучая ирландский юмор, нам удалось выявить особенность, которая выражается с помощью использования в романах «псевдонаучных» теорий, характеризующихся чрезмерной абсурдностью, нелогичностью и нелепостью, а так же способствующих созданию комического эффекта. Мы изучили два романа современных ирландских писателей, в которых реализуется данная особенность презентации комического. В данной статье нам бы хотелось акцентировать внимание на подобных «нелогичных» теориях.

В романе Спайка Миллигэна «Пакун» описан забавный закон, который, согласно характеристике ирландского юмора, связан со смертью. Так как Ирландия была поделена на ирландскую территорию и британскую, ранее похороненные люди, находившиеся на территории Британии без визы, нарушали закон.

В приведённом ниже отрывке говорится о жителе Британии, который умер как раз на границе и по закону Британии его «верхняя часть туловища требует возмещения убытков от шофёра автомобиля», а ноги оказались правонарушителями.

В данной теории «верхняя часть туловища требует возмещения убытков от шофёра автомобиля», но верхняя часть туловища и есть сам шофёр, т.е. шофёр требует компенсации сам у себя, что является абсурдом.

Так же для создания юмористического эффекта автор также использует олицетворение, наделение неживого предмета или явления качествами человека.

<p>Шофёра шарабана, некоего мистера Норрингтона, английского актёра на пенсии, выбросило с водительского сидения, и его тело оказалось на границе: на его ноги подают в суд пассажиры шарабана, а верхняя часть туловища требует возмещения убытков от шофёра автомобиля.</p> <p>[1]</p>	<p>The driver of the charabanc, a Mr Norrington, a retired English actor, had been thrown from his driving seat, his body laying athwart the border; now his legs were being sued by the passengers of the charabanc, and his top half was claiming damages from the car driver.</p> <p>[ 2 ]</p>
--	---

В романе Флэнна О'Брайана «Третий полицейский» главный герой встречается с стражей порядка, которые считают своим долгом разыскивать велосипеды и их запчасти. Люди-велосипеды, чье появление стало следствием атомарной теории, действующей в округе, в которую попал протагонист, предстают перед нами в качестве фантастических существ.

Комический эффект здесь достигается в основном с помощью использования «велосипедной» лексики (*three-speed gear, two-speed gear, bicycle, pump, tricycle*).

«Какое-то время он сидел молча, вперив взгляд в пол, словно что-то изучал на нем самым тщательным образом, а затем снова повернул ко мне свое иссизо-черное — в его нижней части — лицо и стал задавать вопросы касательно моего прибытия во вверенный ему район графства.

— Мне совсем не хотелось бы выглядеть человеком, который сует свой нос в чужие дела, но позвольте вас просить проинформировать нас более подробно о вашем появлении в нашем округе. Чтобы преодолеть все эти наши холмы, вам наверняка пришлось ехать *на трехскоростном велосипеде*? Ведь иначе как *на трехколесном велосипеде* их не преодолеть.

— У меня нет *трехскоростного велосипеда*, — ответил я довольно резким тоном, — нету у меня и *двухскоростного велосипеда*, и, более того, истине будет соответствовать мое заявление о том, что у меня нет вообще никакого *велосипеда*, как нет у меня *насоса*, в общепринятом понимании этого слова, и даже если бы у меня была *велосипедная фара*, она мне совсем не понадобилась бы, так как даже если бы я прикатил сюда на своем *велосипеде*, который остался дома по причине проткнутости шины, на нем нет *кронштейна*, на который можно было бы прицепить фару.

— И такое бывает, но не хотите же вы сказать, что приехали сюда на *трехколесном велосипеде*? Над вами все бы смеялись!

— Я прибыл сюда не на *велосипеде*, а пришел пешком, и, кстати, я не зубной врач, — проговорил я, тщательно выговаривая слова, причем весьма суровым тоном. — И меня не интересуют *проблемы велосипедов с колесами разной величины*, я не езжу на *самокатах*, на *тандемах* и прочих *велосипедных родственниках*.

Услышав это, МакПатрульский побледнел, затрясся мелкой дрожью, схватил меня за руку крепкой хваткой и всадил в меня напряженный взгляд.

— Сколько живу-дышу на этом свете, — проговорил он сдавленным голосом, — не приходилось встречаться с более фантастическим эпилогом или выслушивать более невероятную историю. Воистину, вы необычный человек, принесенный издалека, дошедший до нас из старины глубокой. До самого смертного часа не забыть мне сегодняшнего утра.

[3]

«He sat for a while giving the floor a strict examination and then put his dark jaw over to me and began questioning me about my arrival in the parish. ' I do not want to be insidious,' he said, ' but would you inform me about your arrival in the parish? Surely you had a *three-speed gear* for the hills?' ' I had no *three-speed gear*,' I responded rather sharply, ' and no *two-speed gear* and it is also true that I had no *bicycle* and little or no *pump* and if I had a *lamp* itself it would not be necessary if I had no *bicycle* and there would be no *bracket* to hang it on.' ' That may be,' said MacCruiskeen,' but likely you were laughed at on the *tricycle*?' ' I had neither *bicycle* nor *tricycle* and I am not a dentist,' I said with severe categorical thoroughness, ' and I do not believe in the penny-farthing or the *scooter*, the *velocipede* or the *tandem-tourer*.' MacCruiskeen got white and shaky and gripped my arm and looked at me intensely. ' In my natural puff,' he said at last, in a strained voice,' I have never encountered a more fantastic epilogue or a queerer story. Surely you are a queer far-fetched man. To my dying night I will not forget this today morning. »

[4]

Таким образом, описанные в исследуемых произведениях псевдонаучные теории формируют особенности юмористических произведений ирландской литературы за счет использования специфической лексики, стилистических приемов олицетворения, игры слов и оксюморона.

#### **Литература и источники**

1. Миллигэн Спайк «Пакун»/ Пер. с англ. – М.: Dodo Magic Bookroom, 2015.
2. Milligan Spike “Puckoon” London: 1973.
3. Флэнн О’Брайан «Третий полицейский»// Перевод А. Н. Панасьева, 2013.
4. Flann O’Brien «The Third Policeman» London: MacGibbon and Kee, 1967.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Старцева Т.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

**УДК 821.111**

### **КАТЕГОРИЯ ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТИ В РОМАНЕ Т. ПРАТЧЕТТА «ЦВЕТ ВОЛШЕБСТВА»**

***Л. В. Бердникова***

ИФИЯМ «Кемеровский государственный университет»

[lyuda.berdnikova2000@mail.ru](mailto:lyuda.berdnikova2000@mail.ru)

В связи с возросшей доступностью образования и получения любого типа информации, развитие средств массовой коммуникации и массовой культуры, как важнейшего социального явления современного общества, подводят нас к проблеме глобальной семиотизации человеческой жизни. Именно это наталкивает на мысли о том, что всё, так или иначе, уже было сказано. Отсюда и неслучайно появление исследований, проведённых во второй половине 20 века, объектом которых является интертекстуальность. Под интертекстуальностью в данном исследовании понимается система взаимоотношений, которая возникает между художественными текстами. При создании литературного текста использование интертекстуальности неизбежно. Любой текст в разные моменты времени является и прототекстом, и метатекстом. Однако следует отметить, что целенаправленное построение текста на основе ссылок на другие тексты играет определённую роль для художественного произведения. Предметом исследования данной статьи являются интертекстуальные явления, фигурирующие в юмористическом романе Терри Пратчетта «Цвет волшебства». Цель – выявить роль и особенности функционирования интертекста на материале вышеупомянутой книги, референтную соотнесённость, стоящую за конкретными примерами интертекста и прецедентные феномены во всём их многообразии.

**Ключевые слова:** интертекстуальность; прецедентный феномен; текст; интертекст; референция; заимствования

### **THE CATEGORY OF INTERTEXTUALITY IN THE NOVEL BY T. PRATCHETT "THE COLOUR OF MAGIC"**

***Berdnikova L. V.***

Kemerovo State University

Due to the increased availability of education and the receipt of any type of information, the development of mass communication and mass culture, as the most important social phenomenon of modern society, brings us to the problem of the global semiotization of human life. This is what

prompts the idea that everything, in one way or another, has already been said. Hence the emergence of studies conducted in the second half of the 20th century, the object of which is intertextuality, are not accidental. Speaking about intertextuality, we mean a system of relationships that arises between literary texts. When creating a literary text, the use of intertextuality is unavoidable. Any text at different times is both prototext and metatext. However, it should be noted that the purposeful construction of a text based on references to other texts plays a certain role for a literary text. The subject of this article is the intertextual phenomena that appear in the humorous novel "The Colour of Magic" by Terry Pratchett. The aim is to identify the role and features of the functioning of intertext based on the material of the above-mentioned book, the reference correlation behind specific examples of intertext and precedent phenomena in all their diversity.

**Key words:** intertextuality; precedent phenomenon; text; intertext; reference; borrowings.

Каждый литературный текст не существует сам по себе, обособленно от других текстов. Он входит в пространство, которое характеризуется взаимоотношениями совершенно разных литературных произведений. Такое пространство принято рассматривать, как интертекстуальность. Само понятие «интертекстуальность» было введено в 1967 году французским литературоведом Ю.С. Кристевой и трактуется, как отношения между текстом и введёнными в него фрагментами других текстов; способность текста вступать в диалог с иными текстами [1, с. 19].

Что касается проблемы заимствований и отношений между первичным текстом и вторичным, то, по мнению литературоведа Ролана Барта, любой текст представляет из себя интертекст; другие тексты на разных уровнях и в разной степени неизбежно присутствуют в нём. Тот или иной текст неминуемо создан из цитат. Таким образом, мир представляет собой большой текст. В нём всё однажды уже было выражено, а новое создается посредством различных комбинаций старого [1, с. 13].

При рассмотрении данной проблемы, особый интерес представляет собой английское пародийное фэнтези Терри Пратчетта «Цвет волшебства». Основным приёмом, использованным писателем в процессе создания романа, является интертекстуальность. Вся книга выступает в качестве пародии на популярный в 1970-х годах жанр героического фэнтези. Типичные для него образы героев и жанровые клише были трансформированы Пратчеттом с одной лишь целью — высмеять всю однообразность книг, написанных под влиянием Д. Толкина и Г. Лавкрафта.

Однако прежде чем мы обратимся к анализу произведения, следует отметить, что интертекстуальность может выполнять несколько функций, вытекающих из лингвистической модели функций языка Р. О. Якобсона. Для интертекстуальных проявлений, фигурирующих в юмористическом фэнтези Терри Пратчетта «Цвет волшебства», характерны следующие функции:

1. Экспрессивная. Позволяет выявить отношение автора к тому или иному явлению, посредством использованных им интертекстуальных элементов различных типов.

2. Аппеллятивная. Данная функция характеризуется обращением автора к читателям, способным распознать конкретные интертекстуальные ссылки, тем самым воздействуя на аудиторию и вызывая определённую реакцию.

3. Референтивная. Обычно, воспринимая отсылку, читатель соотносит ее с исходным текстом, который, по сути, играет роль претекста. За счёт этого он активизирует ту информацию, которая содержится в первоисточнике. Так происходит установление отношений между тем, что было сказано автором и предметом, о котором идёт речь.

4. Метатекстовая. Метатексты являются политекстуальным явлением и олицетворяют собой конструкцию «текст в тексте». Они возникают в результате реакции на прототекст, на основе которого был создан определённый метатекст [3, с. 203].

Так, например, в романе «Цвет волшебства» некоторые случаи интертекстуальности выполняют сразу несколько из перечисленных функций. В самом начале книги автор

описывает особенности мироустройства, созданной им фэнтези вселенной. Плоский мир – это диск, который держится на четырёх слонах, стоящих на огромной черепахе по имени А’Туин:

*«Great A’Tuin the turtle comes, swimming slowly through the interstellar gulf hydrogen frost on his ponderous limbs, his huge and ancient shell pocked with meteor craters... Most of the weight is of course accounted for by Berilia, Tubul, Great T’Phon and Jerakeen, the four giant elephants upon whose broad and star-tanned shoulders the disc of the World rests...»* [4, p. 7].

В основе такого мироустройства лежит трансформированная автором старая гипотеза, по утверждению которой, наша планета представляет собой диск. Данная концепция о плоской Земле является архитекстом для произведения Т. Пратчетта и берёт начало из мифологии. Рассматривая этот отрывок с точки зрения функций интертекстуальности, можно отметить, что в большей степени ему характерны аппелятивная и референтивная функции.

В следующем отрывке особенно ярко прослеживается экспрессивная функция:

*«I’d like a record of the event,’ he said. ‘Do you think you could ask them all to stand over by the window, please...’*

*Rincewind stared down at the box. It had a round glass eye protruding from the centre of one face, and a lever at the back.*

*‘It’s a device for making pictures quickly,’ said Twoflower...*

*‘He’s got a box with a demon in it that draws pictures,’ said Rincewind shortly. ‘Do what the madman says and he will give you gold’»* [4, p. 38].

Под загадочной коробкой с демоном внутри подразумевается современный фотоаппарат. Таким образом, автор проявляет своё отношение к технологиям реального мира и в то же время иронизирует над бесконтрольным желанием современного общества запечатлеть на фото всё, что они перед собой видят.

Также, интертекстуальные явления можно рассмотреть преимущественно с точки зрения референции:

*«The Luggage hurtled around the corner, its several hundred knees moving like pistons ...*

*The Luggage halted a few feet from the wizard and, after a moment, retracted its legs. It had no eyes that Rincewind could see, but he was nevertheless sure that it was staring at him.»* [4, p. 45].

Референтом сундука, описываемого в книге, является вымышленный персонаж из настольной ролевой игры «Dungeons & Dragons». Внутри этого монстра, так же, как и внутри сундука Т. Пратчетта, лежат охраняемые им сокровища, для защиты которых он вполне способен схватить жертву.

Говоря об интертекстуальных явлениях мы, так или иначе, сталкиваемся с прецедентными феноменами. Такие феномены характеризуются сразу несколькими отличительными чертами. Во-первых, они хорошо знакомы представителям одного национально-лингвокультурного сообщества. Во-вторых, к ним регулярно обращаются в речи в пределах какой-либо конкретной этнокультуре.

Рассмотрим на примере из исследуемой книги Т. Пратчетта:

*«He tried to explain that magic had indeed once been wild and lawless, but had been tamed back in the mists of time by the Olden Ones, ...»* [4, p. 76].

«The Olden Ones» являются явной аллюзией на Древних Богов, «The Great Old Ones», из произведений Г. Ф. Лавкрафта, главным образом фигурирующих в цикле «Мифы Ктулху». В данном случае вышеупомянутый цикл фантаста является прецедентным текстом, который в свою очередь актуализирован прецедентным именем – «The Great Old Ones».

Ещё один пример, иллюстрирующий подобные взаимоотношения связан уже с поэтическими текстами:

*«I say!’ he shouted. ‘Is anyone there?’*

*AIR, Air, air, replied the dark tunnels.*

*‘Hallo?’ he tried.*

**LO, Lo, lo.**

*'I know there's someone here, I just heard you playing dice!'*

**ICE, ice, ice»** [4, p. 94].

Автор явно ссылается на стихотворение Эдуарда Герберта из Чербери «Echo in a Church», которое и является прецедентным:

*«Say, if thou hear my prayers when I call.*

**Echo: All.**

*And wilt thou pity grant when I do cry?*

**Echo: I»**

Особое внимание заслуживает образ города, в котором разворачиваются события романа. Анк-Морпорк соединяет в себе черты сразу нескольких реальных средневековых городов. Так автор упоминает, что иногда город называют «*The Great [or Big] Wahooie*», притом что «*Wahooie*» - это фрукт, покрытый колючками. Исходя из этого, мы можем предположить, что фантаст намекает на Нью-Йорк 19 века, который жители именовали «*The Big Apple*». Кроме того, это может отсылать нас и к Лондону, получившему прозвище «*The Great Wen*». Итак, очевидно, что оба этих высказывания являются прецедентными.

Что же касается географических особенностей Анк-Морпорка, то в произведении говорится о реке Анк, которая протекает через город:

*«There are said to be some mystic rivers one drop of which can steal a man's life away. After its turbid passage through the twin cities the Ankh could have been one of them»* [4, p. 44].

На основании этого описания можно утверждать, что критическое загрязнение вод Темзы в 19 веке послужило прецедентной ситуацией в отношении к реке Анк.

Подводя итоги анализа, допустимо утверждать, что интертекстуальность играет текстообразующую роль в произведении Т. Пратчетта «Цвет волшебства». Построение текста на основе интертекстуальных явлений позволяет автору апеллировать к читателю, выражая при этом собственное отношение к прецедентному феномену.

### **Литература и источники**

1. Кузьмина, Н. А. Интертекст и его роль в процессах эволюции поэтического языка / Н. А. Кузьмина – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та – Омск: Омский гос. ун-т, 1999. – 268 с.
2. Rzyman, A. The Intertextuality of Terry Pratchett's *Discworld* as a Major Challenge for the Translator / A. Rzyman – Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing, 2017. – 197 p.
3. Якобсон, Р. О. Лингвистика и поэтика / Р. О. Якобсон // Структурализм: “за” и “против”: сб. статей. – М., 1975 – с. 193-230.
4. Pratchett, T. *The colour of magic* / T. Pratchett – New York: Harper Collins Publishers, 2000. – 210 p.

*Научный руководитель — канд. филол. наук, доц. Старцева Т. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

**УДК 811**

### **ЖАНРОВАЯ СПЕЦИФИКА РОМАНА-АНТИУТОПИИ (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНОВ «BRAVE NEW WORLD» BY A. HUXLEY AND «1984» BY G. ORWELL)**

**Гутова Н.В.**

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[bcarney@mail.ru](mailto:bcarney@mail.ru)

В представленной статье рассматриваются жанровые особенности романа- антиутопии. Выделяются отличительные черты антиутопии, ее связь с утопической литературой, а также роль этих жанров в формировании отличительных черт романа. Как правило, в основе сюжетов жанров утопии и антиутопии лежит представление об идеализированном научно-фантастическом мире. Время, к которому относится сюжет, направлено на далекое будущее и является специфическим отрицательным прогнозом. Пространство имеет четкие границы: это может быть или далекий город, или новая планета, или другой мир, или любое другое закрытое и удаленное место. Основным звеном жанра литературной антиутопии является создание идеального, не способного к самовыражению, общества, отстраненного от реального мира, а также его разрушения, тем самым разделив единство общего образа на «положительные» и «отрицательные» моменты. Помимо этого, главные проблемы и расхождения общества всегда связаны с тоталитарным государством, его устройством и функционированием. Для детального рассмотрения данного жанра в качестве примеров приводятся наиболее показательные антиутопические произведения «О Дивный Новый Мир» О. Хаксли и «1984» Дж. Оруэлла.

**Ключевые слова:** антиутопия, утопия, жанровые особенности, научная фантастика, время, пространство

## GENRE FEATURES OF ANTI-UTOPIA («BRAVE NEW WORLD» BY A. HUXLEY AND «1984» BY G. ORWELL)

*Gutova N.V.*

Kemerovo State University

The paper examines the genre features of anti-utopia. The distinctive features of anti-utopia, its connection with utopian literature, as well as the role of these genres in the formation of the distinctive features of the novel are highlighted. As a rule, plots in the genres utopia and anti-utopia are based on the idea of an idealized science fiction world. The time to which the plot refers is directed towards the distant future and is a specific negative prognosis. Space has clear boundaries: it can be either a distant city, or a new planet, or another world, or any other closed and remote place. The main link in the genre of literary anti-utopia is the creation of an ideal, incapable of self-expression, society, detached from the real world, as well as its destruction, thereby dividing the unity of the general image into “positive” and “negative” moments. In addition, the main problems and divergences of society are always associated with a totalitarian state, its structure and functioning. For a detailed examination of this genre, the most illustrative anti-utopian works “Brave New World” by O. Huxley and “1984” by J. Orwell are cited as examples.

**Key words:** anti-utopia, utopia, genre features, science fiction, time, space

Считается, что XX век – это век антиутопический. В данный период времени происходит становление жанра классической антиутопии, характеризующийся спорными и сложными социально-политическими явлениями. Непрерывающиеся революции, мировые войны, национально-освободительные движения, пропаганда радикальных общественных режимов, таких как социализм и нацизм, – всё это несомненно оказало большое влияние на современную литературу.

Стоит отметить, что антиутопия как жанр развился из утопии (греч. eu – благо и topos – место, то есть благословенное место) – литературно-художественного жанра, отображающего мир безупречного общества, старающегося соответствовать недостижимому идеалу и живущего под строгим контролем государственного устройства. Несмотря на то, что утопии характерна статичность, антиутопия отражает более сложные социальные модели, опираясь на оценку высказывания автора. Позитивные черты утопии перетекают в негативные антиутопические: равенство становится идентичностью, техника – средством тотального контроля, единство – массовостью.

Антиутопия описывает тоталитарный режим, скрывающийся за образом справедливого, гуманного и счастливого для всех общества, где политика несвободы затрагивает не только государственную часть, но и воздействует на общественную и частную жизнь людей. Г. Шахназаров высказал мнение, что «проблема насаждаемой «несвободы» не только реализуется внешними силами, но и закладывается в души людей» [97, 21].

Одним из основных особенностей антиутопии является ограниченность пространства. Так, например, в романе О. Хаксли «О дивный новый мир» лозунгом Мирового Государства были слова «COMMUNITY, IDENTITY, STABILITY» [О. Huxley, 1932: 2], указывающие на тотальный контроль государства над жизнью людей, превращая их послушных марионеток.

Также можно отметить ритуализацию жизни. Это искусственный мир, в котором судьба каждого человека уже predetermined заранее благодаря генетической политике в капсулах. Люди запрограммированы на определенные мысли, чувства и желания. Главное правило: «*Instability means the end of civilization*» [О. Huxley, 1932: 150]. Любое отклонение от идентичности ведет к нарушению стабильности.

Еще одной особенностью романа-антиутопии можно выделить создание альтернативной реальности, консервации жизни. Дисбаланс общества ведет к отсутствию развития изображаемого общества, а также описание тоталитарного режима, эксплуатируемого в будущее. Так, например, в романе Джорджа Оруэлла «1984», создан «новый мир», где главенствующим звеном является «*the directing brain*» [Orwell, 1949: 74], берущий под свой контроль жизнь всего общества. А жители этого общества воспитываются на простых истинах, таких как «*WAR IS PEACE. FREEDOM IS SLAVERY. IGNORANCE IS STRENGTH*» [Orwell, 1949: 46]. Тирания и запугивание – ключ к успеху психологического порабощения человечества.

В целом можно сказать, что антиутопия невозможна без частичного использования особенностей научной фантастики, а также антиутопических идеалов, создающих иллюзию «идеального государства», альтернативного общества, не имеющего право на ошибку. Антиутопия в конечном счете является неудовлетворенностью действительностью.

#### Литература и источники

1. Ивашева В. В. Английская литература Великобритании XX века. – М.: Просвещение, 1967
2. Лазаренко О. Вперед смотрящие (О романах-антиутопиях О. Хаксли, Дж. Оруэлла) // Подъем. – 1991 – №9 – с.233-239.
3. Browning W. – G. Toward a Set of Standards for Antiutopian Fiction // Cithara. – 1970 N10. – p. 18 – 32.
4. Moylan T. Scraps of the Untainted Sky: Science Fiction, Utopia, Dystopia / T. Moylan // Boulder, CO: Westview-Perseus, 2000. – 386.
5. Booker M. K. Dystopian Literature: A Theory and Research Guide / M/ K/ Booker // Greenwood Press. 1994. – 428.
6. Kumar K. Utopia and Anti-utopia in modern times / K. Kumar // Blackwell publishers. 1987. – 352.

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

УДК 82.09

#### ЖАНРОВОЕ СВОЕОБРАЗИЕ ЦИКЛА “FOUR QUARTERS” Т.С. ЭЛИОТА Рубкевич Е.А.

В своих поэмах Т.С. Элиот рассуждает о времени, о его рамках или их отсутствии. Время для поэта — скорее что-то абстрактное, нежели конкретное. Время воспринимается им как воспоминания. Также в своей поэзии автор периодически затрагивает тему религии. Его «Четыре квартета» можно рассматривать как «христианский реализм». Христианский реализм — это одно из направлений реализма, в котором жив Бог, зримо присутствие Христа, явлено откровение Слова. Самыми главными темами в данном произведении являются: поиск гармонии и баланса, поиск смысла бытия, существования, самой жизни на Земле. В данной поэме преобладают психологические связи, которыми пронизаны строки. Однако, благодаря образности и метафорам автора, мы также чувствуем музыкальный характер произведения, его поэтичность. «Четыре квартета» — особенное произведение для самого автора, так как название каждого квартета, так или иначе, напрямую связано с моментом проживания писателя в Америке. Каждый квартет имеет свой смысл и свои особенные чувства и эмоции, строки подкреплены личными переживаниями и реакциями на те или иные жизненные события и моменты.

**Ключевые слова:** тема времени, философия, религия, литература, поэзия, реализм, христианский реализм.

## GENRE SPECIFICITY OF THE CYCLE “FOUR QUARTERS” BY T. S. ELIOT

*Rubkevich E.A*

Kemerovo State University

In his poems, T. S. Eliot talks about time, about its limits or their absence. For a poet, time is more abstract than concrete. Time is perceived by him as memories. Also in his poetry, the author periodically touches on the topic of religion. His “Four Quartets” can be considered as “Christian realism”. Christian realism is one of the branches of realism in which God is alive, the presence of Christ is visible, and the revelation of the Word is revealed. The most important themes in this work are: the search for harmony and balance, the search for the meaning of being, existence, and life itself on Earth. This poem is dominated by the psychological connections that permeate the lines. However, thanks to the imagery and metaphors of the author, we also feel the musical character of the work, its poetry. “Four Quartets” is a special work for the author himself, since the name of each quartet, in one way or another, is directly related to the moment of the writer's residence in America. Each quartet has its own meaning and its own special feelings and emotions, the lines are supported by personal experiences and reactions to certain life events and moments.

**Key words:** theme of time, philosophy, religion, literature, poetry, realism, Christian realism.

Цикл из четырёх поэм «Четыре квартета» является наиболее полным самовыражением Т.С. Элиота. Квартет перенасыщен явным символизмом чисел, различных религиозных символов, цветовых гамм, музыки и ритма, времени и его восприятия. Также имеет место быть соотношение цикла поэм с четырьмя временами года, возможно, как с периодами жизни, а также со стихиями (воздух-земля-вода-огонь) [1].

Концентрируясь на времени, цикл поэм Элиота начинается именно с такой философии: настоящее, прошлое и будущее — это одно и то же время. Литераторы, в большинстве своём, делают акцент на том, что риторику Элиот позаимствовал у Бредли, а саму концепцию времени — у А. Бергсона. Передвижение по «палатам сознания» является для него внутренней жизнью, которой автор полноправно измеряет время, которой в свою очередь есть для него память и воображением. Автор акцентирует внимание на том, что литература и религия не могут быть отождествлены или смешаны, но при этом именно он продолжил линию религиозной лирики в модернистской поэзии. Считается, что Элиот присоединился к тому литературному направлению во время религиозного оживления

интеллигенции в XX в., коим считается творчество Поля Клоделя, Ивлина Во, Мюриэля Спарка, Франсуа Мориака. Творчество последнего иногда определяют как «христианский реализм». Проводя аналогии, эту концепцию — признание реальности «реализмом» как раз в то время, когда литература все больше подвергает сомнению ее существование, и «христианский» как определение точки зрения на действительность — можно наложить и на творчество позднего Элиота. Именно «христианским реализмом можно назвать направление «Четырех квартетов»: мифопоэтическое фантазирование сменилось на стремление осмыслить не только настоящее, а также и историю в свете не столько христианской догматики, сколько христианской чувственности, сформированной верой в вечную жизнь [2].

Всё позднее творчество Элиота, а в особенности «Четыре квартета», пронизано поисками единства, гармонии, стремления к цельности. Композиционно цикл построен таким образом, что с каждой новой степенью автор разрешает противоречия, которые возникали на предыдущей. Это построение создано для того, чтобы выявить более глобальные трагические противоречия бытия, и найти их решения лишь в самом конце, таким образом выстроив огромную заикленную смысловую пирамиду, а точнее — бесконечно замкнутую вселенную, ибо мироздание Элиота, его космос построен именно на законе цикличности [3].

В «Четырёх квартетах» темы переплетаются довольно вариационно. На первый план выведены скорее интеллектуальные и психологические связи, а не грамматические и буквально словесные. Характер музыкального произведения приобретается поэмой благодаря звучанию, темпам, мелодике, тембрам, гармоническим модуляциям, регистрам; вся образная и смысловая структура поэмы обретают характер практически исключительно музыкального произведения, с его исключительной значимостью как отдельных составных элементов, так и с его абсолютной зависимостью этих же элементов от общей конструкции произведения в целом (одним из таких элементов следует рассматривать и пунктуацию). Использование поэм цикла за основу разными композиторами, например, Стравинским, Губайдулиной, Джорджем Цонтакисом, только подчёркивает ритмичность и музыкальность поэм [4].

По жанру квартеты можно отнести к медитативно-описательным пейзажам. Название каждого из них связано с определённым моментом жизни Элиота в США (детские и юношеские годы) и Великобритании (1930-е гг., время сильной влюбленности поэта в бостонку Э. Хейл, с которой он был знаком еще с довоенного времени), с его местом проживания, которое окрашено теми или иными эмоциями. Поэтому весь цикл, несмотря на его некоторую абстрактность и даже абстрагированность, по праву можно считать лирической автобиографией. В некоторой степени она суммирует темы творчества поэта, в котором каждая новая попытка работы со словом становилась «новым началом и новым провалом». В «Четырёх квартетах» находят отклик элиотовские мотивы, которые автор активно использовал ранее, например, страдающий Бог, река и море, смерть от воды, рыбаки, уединенная часовня, встреча с призраком, слепота, низложенный король, очищение огнем и т.п. Искусно видоизменяя и играя с темой личного времени, получающего оправдание только в примиряющей единичное и множественное «розе мира» (свет солнца в струях водопада расщепляется на все цвета радуги), стареющий поэт, с одной стороны, как бы несколько прощается с творчеством в целом, понимая, что это только пролог *vita nuova*, а с другой — одновременно видит себя ребенком, абсолютно невинным, который способен воспринимать райскую музыку мира, его райскую сторону [5]. Его поиски кончаются там, где «мы начали их», — таковы «альфа» и «омега» заключительных строк всего цикла «Четыре квартета» Т.С. Элиота.

## Литература и источники

1. Ушакова О.М. Европейская культурная традиция в творчестве Т. С. Элиота: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2007.
2. Томас Стёрнз Элиот. Четыре квартета. Вступительная статья и перевод с англ. Дмитрия Сильвестрова: журнал поэзии «Плавучий мост». [Электронный ресурс]. 2016. URL: <http://www.plavmost.org/?p=7416> (дата обращения: 03.04.2021).
3. «Четыре квартета»: некоторые константы поэзии Т.С. Элиота: международный культурный портал Эксперимент. [Электронный ресурс]. 2018. URL: <https://md-eksperiment.org/post/20180128-chotiri-kvarteti-deyaki-konstanti-poeziyi-t-s-eliota> (дата обращения: 03.04.2021).
4. Т.С. Элиот: Студми, учебные материалы для студентов. [Электронный ресурс]. 2013. URL: <https://studme.org/268035/literatura/eliot> (дата обращения: 03.04.2021).
5. Т.С. Элиот об истории: интернет-журнал Гефтер. [Электронный ресурс]. 2015. URL: <http://gefter.ru/archive/15972> (дата обращения: 03.04.2021).

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

**УДК 82**

**ПОЭТИКА ЗАГЛАВИЯ РОМАНА Б. АКУНИНА  
«ПЕЛАГИЯ И КРАСНЫЙ ПЕТУХ»  
*Шешукова О.А.***

Статья посвящена истолкования смысла заглавия и его художественной функции в контексте романа Б. Акунина «Пелагия и красный петух». Семантика заглавия рассматривается в статье в двух перспективах: 1) жанровой (как заглавие *детективного* романа); 2) историко-поэтологической (в отношении к поэтике постмодернизма как особой парадигмы художественности (В. И. Тюпа)).

**Ключевые слова:** роман, детектив, постмодернизм, заглавие, поэтика, интерпретация, парадигма художественности.

**POETICS OF THE TITLE OF THE NOVEL BY B. AKUNIN  
"PELAGIA AND THE RED ROOSTER"  
*Sheshukova O. A.***

The article is devoted to the interpretation of the meaning of the title and its artistic function in the context of B. Akunin's novel "Pelagia and the Red Rooster". The semantics of the title is considered in the article in two perspectives: 1) genre (as the title of a detective novel); 2) historical and poetological (in relation to the poetics of postmodernism as a special paradigm of artistry (V. I. Tyupa)).

**Keywords:** novel, detective, postmodernism, title, poetics, interpretation, paradigm of artistry.

Заглавие — это название литературного произведения, которое, зачастую, называют «именем» текста. Специалисты по поэтике ставят на первый план важность заглавия для концепции всего произведения. По нему зачастую судят о жанре произведения, его размерах, содержании и прочему. Также заглавие дает достаточно полное представление о традиции, к которой примыкает автор [1].

Роман “Пелагия и красный петух” является третьим романом трилогии о монахинь-детективе “Провинциальный детектив, или Приключения сестры Пелагии”.

Сам автор назвал свои произведения “Провинциальным детективом”. Слово “провинциальный” можно понимать в значении чего-то удаленного от центра, находящегося на периферии. В русской литературной традиции жизнь в провинции зачастую противопоставлялась жизни в крупных городах, как Москва или Петербург, по принципу оппозиции чего-то деревенского, спокойного, мирного, уютного, природного, — городскому, быстрому, бездушному. Такое противопоставление легло в основу таких повестей, как “Бедная Лиза” Н. Карамзина, “Старосветские помещики” Н. Гоголя и других.

В то же время, слово “провинциальный” может пониматься в негативном смысле как что-то невежественное. Например, в цикле рассказов М. Булгакова “Записки юного врача” главный герой после завершения университета попадает в маленький уезд, где царствует невежественность, противопоставленная просвещенному городу и университету. Именно с этой невежественностью, глупостью, прозванной в произведении “Тьмой египетской”, и приходится бороться врачу.

В контексте анализируемого произведения, помимо вышеперечисленных, также работает смысловое наполнение слова “провинциальный”, как пространства, в котором любое событие является из ряда вон выходящим. Провинция — это мир спокойной, предсказуемой и размеренной жизни. Исходя из этого, сразу обнаруживается противоречие или даже парадокс в словосочетании провинциальный детектив, Провинция - как воплощение обыденной, мещанской жизни и “детектив” жанр, который подразумевает нарушение привычного течения жизни, событие, зачастую преступление, которое сверх того как правило связана с загадкой. Сама природа преступлений, подходящих для детективных историй, строится на парадоксальных обстоятельствах.

“Далеко не всякое преступление (в частности, убийство) может стать предметом изображения, но лишь такое, которое совершено особенно искусно или выглядит загадочным благодаря исключительному стечению обстоятельств (совпадению случайностей).” -- словарь актуальных терминов и понятий. Тамарченко.

В качестве альтернативы, отмеченной союзом “или”, автор предлагает название “Приключение сестры Пелагии”. Отметим, что имя героя-детектива вынесено в общий заголовок, соединяющий три романа. Такая практика является популярной для серий детективных рассказов, где главный герой-детектив является связующим звеном для сборников, элементом сверхтекстового единства.

Также в этой части заголовка, как и в описанном выше, присутствует смысловое противопоставление: слово “приключения” отсылает читателя к жанру “приключенческого романа”, сформировавшегося в середине 19 века. Это готовит читателя к динамичному сюжету, накалу страстей. В противовес, как мы видим далее, что приключения ожидают “сестру Пелагию”. Этот элемент отсылает нас к образу строгой, монашеской, аскетичной жизни в смиренности и покаянии. Более того, автор акцентировал на этом внимание, выбрав для героини архаичный вариант имени.

С одной стороны, образ детектива-священнослужителя для читателя не является чем-то новым. На ум сразу приходят Отец Браун из рассказов Г. К. Честертон, а также Вильгельм Баскервильский, из романа У. Эко “Имя розы”. Но важно отметить, что эти персонажи в разгадывании загадок использовали по большей части свой ум, а в непосредственные “приключения” вступали не так часто. Например, тайну библиотеки-лабиринта Вильгельм разгадал, находясь на улице, отметив, что некоторые вещи на расстоянии видны лучше. Также и Отец Браун поясняет, что обширные познания о преступном мире он имеет в результате множества выслушанных исповедей, тем самым для разгадки преступлений герой полагается на свой ум. В итоге, оба этих персонажа, которые также подчеркнута имеют опыт в детективном деле, по своим характеристикам более родственны архерею Митрофану. Сама Пелагия сильно выбивается из общего ряда монахинь, что подчеркивает автор.

“Уж больно не монашеского она края: через чур жива, непоседлива, любопытствена и в движениях не чинна.”

Для такой героини слово “приключения” являются более органичными. Однако автор сознательно представляет перед нами вариант архаического имени и монашеского чина, чем актуализирует в названии противоречие или парадокс.

В работе И. А. Банниковой «Парадокс в стилистическом контексте детектива» автор отмечает, что понятие «парадокс», как и синонимичные в данном контексте «несоответствие» или «противоречие», присутствуют почти в каждой работе, посвященной анализу произведений детективного жанра. При этом, при множественности определений термина, существенным для раскрытия темы является предложенное Б. А. Успенским понимание парадокса как разрушения презумпции.

Таким образом, предлагая два альтернативных названия трилогии, автор в обоих заключает противопоставление, которое актуализирует загадку и разжигает в читателе интерес.

Кроме этого, в заглавии сборника также намечена игра с “читательским багажом”. Автор использует слова, которые отсылают читателя к определенным литературным штампам, а также ломает читательское ожидание, соединяя противопоставленные друг другу образы авантюриста и священнослужителя, напыленной необыкновенными событиями провинции.

В заголовках самих романов вынесен сюжетообразующий предмет, вокруг которого развивается сюжет или который является центральным для романа образом. Заглавия всех трех произведений серии построены по схожей схеме: имя героя-детектива, которым и является Пелагия, а вторая часть заглавия состоит из прилагательного, называющего цвет, и существительного-объекта. Обе части заголовка соединены союзом “и”.

Заголовок, состоящий из прилагательного и существительного в детективах, встречается довольно часто. Как правило он называет предмет (и его особое качество), вокруг которого развивается сюжет.

Так, например, в рассказе Э. По “Золотой жук”, который исследователи зачастую причисляют к жанру детективной новеллы, образ золотого жука раскрывается на нескольких уровнях. В начале произведения мы узнаем, что главный герой является энтомологом, то есть ученым, который изучает насекомых. В завязке сюжета мы узнаем, что герой поймал редкого золотого жука. Для читателя слово “золотой” понимается в качестве названия разновидности насекомого и, вероятно, его цвета-окраса. Однако дальше читатель узнает, что жук в прямом смысле сделан из золота. Далее именно этот жук приводит героев к сокровищу, к золоту.

В сборнике рассказов Конана Дойла о Шерлоке Холмсе также можно найти заголовки, построенные по схожей схеме. Например, рассказы «Голубой карбункул», где драгоценный камень, карбункул, является украденным предметом, вокруг кражи и поиска которого разворачивается сюжет. Также можно вспомнить рассказ «Пестрая лента», название которого перекликается с главной загадкой сюжета: предсмертные слова девушки о пестрой ленте, указывают на причину ее смерти. С лентой девушка перепутала ядовитую змею, укусы которой и привел к смерти.

Сборник рассказов о Шерлоке Холмсе также примечателен тем, что имя детектива вынесено в название. Главный герой является связующим элементом для всех произведений сборника.

У другого автора, Г. К. Честертон, священник-детектив Отец Браун является героем 51 рассказа. Эти рассказы были объединены в пять сборников (за исключением рассказа “Сельский вампир”, вышедшего вне сборника). В книгах заголовки рассказов часто построены по схеме “прилагательное+ существительное” и чаще всего называет ключевой объект рассказа. Лишь один рассказ, “Зеленый человек”, построен по указанной выше схеме. Также отметим, что имя детектива также вынесено в заглавие сборников и являются связующим звеном для всех рассказов.

В романе Б. Акунина вторая часть заголовка “красный петух” является не только сюжетным элементом, а также культурной ссылкой, которая вызывает у читателя определенные ассоциации и отсылает его к определенным образам.

Петух в западной культуре зачастую сопоставляется с образами солнца, рассвета, воскрешения. Исходя из этого в культуре закрепился образ петуха, который своим криком прогоняет ночные злые силы. Прилагательное “красный” усиливает образ вплоть до небесного огня, пламени и пожара. Также с петухом связана другая образная парадигма, связанная с воинственностью и мужской силой, которая в русской культуре проявлена не так активно. Кроме этого, петух — частый персонаж славянского фольклора и русских народных сказок. В славянских культурах его изображение помещали на дома, шпиль, полотенца и прочей утвари, в качестве оберега от злых сил.

Можно заключить, что заголовок анализируемого романа по форме соответствует классическому детективу, однако по содержанию является многозначным. Он одновременно может быть и сюжетным элементом, и символом, и фольклорным персонажем, и отсылкой к произведению А.С. Пушкина “Золотой петушок”. Все эти параллели возникают у читателя из-за богатого культурного багажа.

Кроме того, автор наследует детективной традиции, в которой имя детектива выносится в название сборника и является связующим звеном для произведений. Такая форма заголовка, “имя героя” плюс “сюжетообразующий элемент”, подчеркивает серийность романов, а также указывает на беллетристический характер произведений. Подобный прием можно заметить в названии популярных серий книг. Например, серия произведений о Конане Варваре, библиография которых насчитывает более 127 книг, а также книг о Гарри Поттере, о девочке-детективе Нэнси Дрю и другие.

В статье О. Ю. Анциферовой «Детективный жанр и романтическая художественная система» автор отмечала, что долгое время общедоступность и популярность детектива вызывала сомнения в его художественной ценности, связывая его с беллетристикой, массовой или формульной литературой [3].

Используя привычную для штамповочной, массовой литературы форму заголовка, автор усиливает восприятие произведения как беллетристики. Однако, в отличие от популярных серий книг о тех или иных персонажах, серия книг о Пелагии является трилогией, что также ломает ожидание читателя.

Исходя из сказанного, можно сделать вывод, что, несмотря на явное продолжение традиции строения заголовка, свойственного для классического детектива, автор умышленно ломает многие культурные штампы.

### **Литература и источники**

1. Орлицкий Ю. Б. Заглавие // Поэтика: словарь актуальных терминов и понятий. М., 2008. С. 73-74.
2. Банникова, И. А. Парадокс в стилистическом контексте детектива // Вопросы романо-германского языкознания. Саратов, 1995. Вып. 11. С. 17-23.
3. Анциферова О. Ю. Детективный жанр и романтическая художественная система // Национальная специфика произведений зарубежной литературы XIX-XX веков: проблемы жанра. Межвузовский сборник научных трудов. Иваново, 1994. С. 21-36.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Подковырин Ю. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

# ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ

УДК 811.111

## ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕЧИ ГЕРОИНИ ЛЮБОВНОГО РОМАНА (НА ПРИМЕРЕ РОМАНА ДЖОДЖО МОЙЕС «THE GIRL YOU LEFT BEHIND»)

*Антипина Н. И.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[nadya\\_drug@mail.ru](mailto:nadya_drug@mail.ru)

Данная статья посвящена выявлению и исследованию лингвистических характеристик речи героини любовного романа «The Girl You Left Behind» и составлению ее речевого портрета. Актуальность исследования объясняется возрастающим интересом к анализу различных коммуникативно-дискурсивных ролей личности, в особенности персонажей художественного произведения. Несмотря на то, что на сегодняшний день опубликовано множество работ по изучению речевого портрета, проблема портретирования героинь любовных романов изучена недостаточно, а исследование речевого поведения персонажей романов Джоджо Мойес до сих пор не проводилось. Так, в статье изучаются фонетический, лексический, грамматический и синтаксический аспекты речи героини, представительницы времен Первой Мировой войны. В данной статье использованы методы контекстуально-интерпретационного и лингвостилистического анализа. Проводится анализ роли данных аспектов и их влияние на характер и поведение личности в разных ситуациях. Изучение речевых характеристик персонажа позволяет выявить лингвопсихические особенности личности, составить представление о девушке тех времен. В результате проведенного анализа было установлено, что речевое поведение героини любовного романа характеризуется преобладанием семантического поля «чувства», простого синтаксиса, использованием особой лексики и различных стилистических приемов.

**Ключевые слова:** лингвистические особенности речи, речевой портрет, любовный роман, речевое поведение героини, лексика, фонетические особенности.

## LINGUISTIC FEATURES OF THE SPEECH OF THE HEROINE OF A LOVE NOVEL

(ON THE EXAMPLE OF JOJO MOYES'S NOVEL  
"THE GIRL YOU LEFT BEHIND")

*Antipina N. I.*

Kemerovo State University

This article is devoted to the selection and study of the linguistic features of the speech of the heroine of the love story "The Girl You Left Behind" and the compilation of her speech portrait. The importance of the study is explained by the growing interest in the analysis of various communicative-discursive roles of the personality, especially the characters in the belles-lettres. Despite the fact that many works on the study of speech portrait have been published, the problem of portraying the heroines of romance novels has not been studied enough, and the study of the characters' speech behavior in Jojo Moyes' novels has not been previously conducted. Thus, the article examines the phonetic, lexical, grammatical and syntactic aspects of the speech of the heroine, a representative of the First World War. The methods of contextual-interpretive and

linguistic analyses have been applied. The study of the role of these aspects and their influence on the character and behavior of the individual in different situations is carried out. Their study allows to find out the linguo-psychological characteristics of the personality, to make a portrait of the woman of those times. Based on the analysis, it is established that the speech behavior of the heroine of a love novel is characterized by the predominance of the semantic field of "feelings", simple syntax, the use of specific vocabulary and various stylistic devices.

**Keywords:** linguistic features of speech, speech portrait, love novel, heroine's speech behavior, vocabulary, phonetic features.

В последние десятилетия изучение личности через призму ее речевых характеристик обретает все больший интерес. Наиболее актуальными становятся проблемы дифференциации объектов исследования по разным признакам: профессиональное и социальное положение, возрастная и гендерная принадлежность, этнос и другие. Они напрямую влияют на речь человека, находя отражение в употребляемой лексике, фонетических особенностях, грамматическом строе и других лингвистических аспектах. В связи с этим, в отечественной лингвистике активно используется термин «речевой портрет».

Одним из первых исследователей, которые ввели данное понятие в использование, был лингвист М. В. Панов. В монографии «История русского литературного произношения XVIII-XX» он анализировал фонетические характеристики речи представителей разных слоев населения: от правителей до деятелей науки и культуры [1]. Большой вклад в изучение данного направления внесли и другие исследователи: Ю. Н. Земская, Т. М. Николаева, Л. Н. Чурилина, М. В. Китайгородская, К. Ф. Седов.

Не существует общепринятого определения термина «речевой портрет». Разные ученые по-своему трактуют данный термин в зависимости от интересующих их сторон исследования. Так, Ю. С. Алышева приходит к выводу, что речевой портрет – это «набор определенных качеств языковой личности, формирующихся на базе ведущих коммуникативных свойств ее речи» [2]. Эти качества являются результатом становления личности в тех или иных условиях. Речь становится отражением наших психических проявлений: окружение, копирование манеры речи других, проявление темперамента, влияние разных событий на мышление и характер.

Создание речевых портретов помогает детальнее проанализировать личность, ее характер и поведение. Это особенно важно при исследовании художественных произведений, ведь «слово персонажа может стать до предела сжатым отражением его характера, переживаний, побуждений, своего рода фокусом художественной трактовки образа» [3]. Создавая образ литературного персонажа, автор наделяет его определенной речевой характеристикой. Речевое поведение героя становится главным способом выражения темперамента, характера, воспитания.

На данный момент исследователи не смогли составить единую структуру создания речевого портрета. Ученые ориентируются на наиболее «яркие диагностирующие пятна» в речи изучаемой личности [4]. Выделяют следующие лингвистические аспекты: фонетический, грамматический и семантический [5]. Именно анализ особенностей на данных уровнях помогает изучить речевое поведение персонажа и составить его речевой портрет.

Речевое поведение героя зависит от жанра произведения. Любовный роман отражает актуальные представления о женщине и ее роли в мире, демонстрирует своеобразный слепок эпохи. Основа сюжета любовного романа – отношения с мужчиной – воспроизводит конфликт двух моделей женской роли. Женщина стремится взять на себя мужские функции, качества, доказать свою самостоятельность и силу, но при этом сдается под натиском мужчины, иногда повинуется ему.

В романе «The Girl You Left Behind» главной героиней является Софи Лефевр, девушка, живущая в первой половине XX века во Франции. Она вместе с сестрой и маленькими детьми пытаются сохранить отель, пока их мужа находятся на войне. Жители французского городка умирают от голода, а фашистские оккупанты отбирают у них предметы быта, искусства, лишают всего, что могло бы облегчить жизнь. Но героиня не сдается под натиском тяжелых условий и даже в такие моменты старается оказать помощь каждому. Эту силу подкрепляет надежда увидеть мужа. Ради любви она готова пойти на все. Судьба героини трагична, исторические события накладывают отпечаток на ее характер, что, конечно, сказывается и на ее речевых характеристиках.

Роман имеет четкую композиционно-стилевую организацию. Повествование ведется от первого лица, поэтому история Софи оказывает сильное влияние на эмоциональную сферу читателя. Девушка описывает все, что происходит вокруг, акцент делается на внутренние переживания героини. Поэтому, исследуя специфические черты речи, можно составить достаточно полный портрет Софи, ее характера и условий жизни.

Фонетические особенности речи в литературном произведении передать достаточно сложно. В речи Софи отсутствуют дефекты, неправильное произношение и другие фонетические аспекты, которые можно выразить на письме. Данные специфические черты речевого портрета в романе реализуются через комментарии автора, которые позволяют подчеркнуть эмоциональный настрой, скорость речи или же особенности артикуляции. Проанализировав речь, можно прийти к выводу, что Софи – довольно уравновешенная девушка, которая умело контролирует себя и свое поведение. Ее интонации зачастую ровные, что подчеркивается стилистически нейтральным глаголом – «to say». Даже когда в ней бушуют эмоции, голос Софи не изменяется: «*I'm sure your wife will be delighted with her gifts, 'I said. My skin burned where his gaze had landed*» [6, с. 53].

Однако иногда настроение и эмоции Софи выражаются открыто. Когда девушка вступает в диалог с немецкими оккупантами, в ее голосе холод, резкость, даже надрыв. Изменение интонации автор выделяет посредством комментариев: «*We have not touched one grain of rice, Herr Kommandant. 'I almost spat it at him. Hunger will do that to you*» [6, с. 42]. Глагол «to spit» имеет ряд лексических значений. В данном контексте подразумевается следующее значение – «to express (unpleasant or malicious feelings) by or as if by spitting» [7]. Софи не может сдерживать эмоции, когда речь заходит о еде. Сестры вынуждены готовить для немцев, но сами с маленькими детьми голодают. Однако героиня является очень честным человеком, поэтому даже косвенное обвинение, ее ранит.

Когда Комендант позволяет девушкам доесть остатки пищи, приготовленной ими на ужин немцам, голос и манера речи Софи меняется. Она заикается, пытается подобрать слова: «*Would ... would it be possible to feed something to the children? It is a long time since they had any meat*» [6, с. 42]. При помощи графических средств передается стыд и неверие в хорошее отношение к ней и ее семье.

Подобные запинки в разговоре с Комендантом можно встретить на протяжении всего романа, но связаны они преимущественно с вопросами семьи и безопасности других. Девушка не привыкла врать, но ей приходится это делать ради близких для нее людей. Это отражается в ее голосе: «*When I spoke again, my voice was thick. I kept my eyes on the glasses in front of me. 'I believe we are all ... as well as we can be, given the circumstances*» [6, с. 83]. Прилагательное «*thick*» в данном контексте означает «хриплый, сиплый». Так, у обычно спокойной Софи вдруг меняется голос. А затем при помощи многоточия автор подчеркивает прерванность мысли, будто героиня обдумывает и подбирает слова.

Анализируя употребляемую Софи лексику, можно выделить несколько основных семантических полей: любовь, война, еда. Все они связаны с жанровой спецификой романа и демонстрируют характер героини. Ее французское происхождение находит отражение в речи девушки. Так, в английском романе Дж. Мойес прибегает к вставкам отдельных слов на французском языке. Сноски и пояснения автор не дает, поэтому сохраняется целостность образа героини. В ее разговоре можно встретить как заимствования из французского языка

в английский, так и истинно французские слова. Например, *baguettes, chaise longue, chou farci, réveillon, la mode paysanne*.

Влияние немецкой оккупации также отражается в речи. Софи включает короткие выражения или односложные предложения в разговор, хотя и недостаточно хорошо знает язык: «*Twenty-four hours later they marched in formation down our main street, their Pickelhaube helmets shining in the wintry sunlight...*» [6, с. 21]. Использование слова «*Pickelhaube*» позволяет подчеркнуть особенности современных условий. Данное слово относится к военной лексике и имеет эквивалент в английском языке – «*pickelhelm*». Так, можно сделать вывод, что героиня не отождествляет войну и свою страну, она старается отделить Францию от военных действий, которые влекут за собой горе и смерть.

Фразеологическая группа, которая служит для выражения чувств героини, связана с двумя основными словами – «*heart*» и «*love*». Причем последнее в ее речи можно встретить не так часто. Обычно оно относится к дорогим ей людям и собственной личности: «*my beloved Édouard*», «*I loved being free...*».

Что касается слова «*heart*», оно служит для выражения различных эмоциональных состояний. Однако наиболее часто оно используется при описании испуга: «*I felt Mimi's hand tighten round mine as she saw her mother, and I gave hers a squeeze, even though my heart was in my mouth*» [6, с. 7]. Фразеологическая единица «*to have one's heart in one's mouth*» означает «*suddenly feel very afraid*» – быть очень напуганным. Софи часто характеризует свой страх, используя данное выражение. Ее речь не перенасыщена усилительными частицами, а интенсификация выражается посредством различных лексических единиц («*the rapid beating of my heart*», «*like the erratic pounding of my heart*»).

Кроме того, в речи Софи можно встретить образные выражения, особенно сравнения, отражающие ее эмоциональное состояние и характеристику самой себя: «*as rigid as a starched collar*», «*as if we were an exotic bird*», «*like an animal to be herded*».

Когда разговор заходит о любви, о ее муже Эдуарде, Софи меняется. Она использует в речи метафоры, синтаксис предложений сложный. Любовь для нее – дар, поэтому поэтизм в речи ярко выделяется: «*I think of you day and night, the postcard had said, in his beautiful loopy scrawl. You are my lodestar in this world of madness*» [6, с. 19].

В целом, вся жизнь девушки проходит под следующим кредо: «*I will free Édouard*». Софи твердо верит, что сможет спасти мужа от страданий и смерти. Посредством законченного утверждения с использованием глагола «*to free*» в будущем времени создается безапеллятивность в речи героини. И до последнего она верит в благородство Коменданта, который обещал освободить ее мужа из плена, убеждая себя уже не только мысленно, но и вербально: «*I do believe he will keep his side of things. I do believe he will bring me to Édouard*» [6, с. 350]. Для усиления эмоционального воздействия речи используется частица «*do*». Наивность девушки граничит с твердостью и силой характера, мы одновременно и сочувствуем ей, и поражаемся силе духа хрупкой героини.

Однако когда Софи действительно видит Эдуарда, она не верит своим глазам. При описании состояния героини используются две параллельные конструкции с разными модальными глаголами с последовательным эмоциональным повышением: «*I could not believe it. I dared not believe it*» [6, с. 499]. Короткие утвердительные предложения выражают шок девушки, а модальность предложений – ее истинные эмоции.

Индивидуализация речи героини достигается за счет характерного лексического состава, стилистической и синтаксической структуры речи, интонационных особенностей. Исследование речевой партии девушки позволяет составить довольно точное представление об индивидуальном характере персонажа и общий портрет женщины начала XX века. Ее речевое поведение характеризуется грамотностью, логичностью построения, полными и часто развернутыми предложениями, манера разговора меняется в зависимости от преобладающих эмоций. Она ставит жизнь и благополучие дорогих ей людей выше себя, а любовь для нее – высшая ценность.

### Литература и источники

1. Панов М. В. История русского литературного произношения XVIII – XX вв. М.: Едиториал УРСС, 2002. 456 с.
2. Алышева Ю. С. Речевой портрет современного политического лидера: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2012. С. 21.
3. Гинзбург Л. Я. О литературном герое. М.: УРСС, 2009. 97 с.
4. Николаева Т. М. «Социолингвистический портрет» и методы его описания // Русский язык и современность. Проблемы и перспективы развития русистики. Доклады Всесоюзной научной конференции. Часть 2. М., 1991. С. 73-75.
5. Чеботарёва Е. Ю., Денисенко В. Н., Крупнов А. И. Психолингвистический анализ речевых действий. М.: Изд. РУДН, 1998. С. 69.
6. Moyes J. The girl you left behind. London: Penguin books ltd, 2012. 514 с.
7. To be on the safe side // Dictionary. Cambridge. L., 1998-2021. URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru/словарь/английски..> (дата обращения: 03.04.2021).

*Научный руководитель – канд. филол. наук, ст. преп. Потапова Н.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

**УДК 81:004.738.5**

### “DIGITAL INFLUENCER” КАК НОВЫЙ КОММУНИКАТИВНЫЙ ТИПАЖ

*Напольских А.А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[anastasianapolskikh@mail.ru](mailto:anastasianapolskikh@mail.ru)

Статья посвящена изучению особенностей речевого поведения лидеров мнения на материале американских видеоблогов. Выбранная область исследования - видеоблоги - является динамично развивающейся и оказывает существенное влияние на развитие языка, потому вызывает большой интерес исследователей. Также важно упомянуть, что на данный момент видеоблогинг является одним из наиболее эффективных средств интернет-коммуникации. Более этого, видеоблогинг на данном этапе развития нередко приравнивается к традиционным СМИ, а также оказывает существенное влияние на процессы, происходящие в обществе. Несмотря на это, данная тематика еще недостаточно изучена, хотя мы можем наблюдать растущий интерес исследователей к видеоблогингу в целом и в частности к жанрам, которые обуславливают тематическое наполнение блогов. Именно этим, недостаточной изученностью, объясняется актуальность исследования. В данной статье рассматриваются ключевые понятия, относящиеся к теме исследования, а также в работе приведена и проанализирована статистика *Digital 21*, отображающая количество Интернет-пользователей и пользователей социальных сетей. В основе исследования лежит анализ и выявление ключевых характеристик речевого поведения американских видеоблогеров. В качестве примера проанализирован YouTube-канал Дженны Марблс (англ. Jenna Marbles) – известного американского видеоблогера, благодаря чему удалось определить важнейшие составляющие речевого поведения американских лидеров мнения.

**Ключевые слова:** видеоблогер, речевое поведение, видеоблог, лидер мнений, блог, инфлюенсер.

### "DIGITAL INFLUENCER" AS A NEW COMMUNICATIVE TYPE

*Napolskikh A.A.*

Kemerovo State University

The article is devoted to the study of the speech behavior of opinion leaders based on American video blogs. The chosen field of research (video blogs) is dynamically developing and has a significant impact on the language development, so it is of great interest to researchers. It is also important to mention that at the moment video blogging is one of the most effective means of Internet communication. Moreover, video blogging at this stage of development is often equated with traditional media, and also has a significant impact on the processes taking place in society. Despite this, this topic has not yet been sufficiently studied, although we can observe a growing interest of researchers in video blogging in general and in particular in the genres that determine the thematic content of blogs. This explains the study relevance. This article discusses the key concepts related to the research topic, and also presents and analyzes the *Digital 21* statistics, which displays the number of Internet users and social networks users. The research is based on the analysis of the key characteristics of American video bloggers' speech. As an example, the YouTube channel of Jenna Marbles, a well-known American video blogger, was analyzed, thanks to which it was possible to determine the most important components of the speech behavior of American opinion leaders.

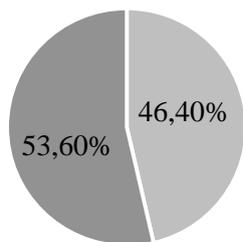
**Keywords:** video blogger, speech behavior, video blog, opinion leader, blog, influencer.

Сегодня нам тяжело представить свою жизнь без современных технологий. Каждый день мы пользуемся мобильным телефоном, компьютером, а также Интернетом и социальными сетями. Многообразие гаджетов, различных мессенджеров, платформ, блогов растет с каждым днём. В это же время растет и количество пользователей. Безусловно, такой прогресс не может не влиять на общество.

В январе 2021 года статистика Digital 2021 показала количество Интернет-пользователей во всем мире [1]. Согласно результатам исследования, всего на начало 2021 года на Земле проживает 7,83 млрд людей., количество интернет-пользователей по всему миру - 4,66 млрд человек, что составляет 59,5% от населения планеты. Социальными сетями пользуются 4,2 млрд человек или 53,6% от населения. Для наглядности представим эту информацию в виде диаграмм:



Рисунок 1 - Количество Интернет-пользователей



- Не используют социальные сети
- Пользователи социальных сетей

Рисунок 2 - Количество пользователей социальных сетей

Как мы можем заметить, больше половины населения нашей планеты используют Интернет и социальные сети. Кроме того, показатели растут с колоссальной скоростью. Безусловно, такой прогресс не может не повлиять на наше общество. Начиная рассуждать, кто или что именно оказывает влияние на Интернет-пользователей, мы неизбежно сталкиваемся с понятием «лидер мнений». В английском языке эквивалентом данного понятия являются такие формулировки как “digital influencer” или “opinion leader”. Уже из самого словосочетания можно предположить, что лидер мнений – это человек, чьё мнение лидирует среди остальных. Чтобы удостовериться в этом, обратимся к «Энциклопедии социологии» [2]. Автор данной энциклопедии приводит два возможных определения: Лидер мнений – 1. Лидер, оказывающий существенное влияние на мнение других людей, которые обращаются к нему за информацией и советом; 2. В теории коммуникации – человек, выступающий в качестве посредника между средствами коммуникации и собственной группой, осуществляющий выбор и интерпретацию передаваемой информации.

Нередко лидерами мнений становятся видеоблогеры. Однако важна не столько специализация лидера мнений, сколько особенности его коммуникативного поведения, т.е. речь будет идти о коммуникативных типажах. В данной статье коммуникативный типаж рассматривается «как типичный представитель группы коммуникативных личностей, объединенных общими признаками коммуникативного поведения. Данный тип личности в принципе не зависит от этнических и социальных характеристик и проявляется исключительно в специфике коммуникативного поведения» [3, с. 39].

Рассмотрим некоторые особенности речевого поведения на примере американского видеоблогера Дженны Марблс (англ. Jenna Marbles).

Дженна Николь Моури (англ. Jenna Nicole Mourey) — американская YouTube-видеоблогер, более известная под своим псевдонимом Дженна Марблс (англ. Jenna Marbles). На момент написания статьи её YouTube-канал имеет более 20 миллионов подписчиков.

Говоря об общих чертах личности Дженны, можно сказать, что девушка обладает довольно специфическим чувством юмора, основанным на иронии и использовании ненормативной лексики. К тому же Дженна откровенна и честна, не боится обсуждать острые темы. Видеоролики девушки носят развлекательный характер, среди жанров можно выделить влоги, макияж, готовка, DIY, а также выполнение различных челленджей.

Конечно, речевое поведение Марблс играет важнейшую роль. В целом, речь данного видеоблогера довольно простая, стиль речи – разговорный, неформальный. Как мы уже упомянули выше, видеоблогер нередко использует нецензурные выражения в своей речи. Интересно, что в отличие от многих видеоблогеров, Марблс не подвергает подобную лексику цензуре. Например, в видео «My Boyfriend Teaches Me Jiu Jitsu 3»: «Julian, thank you but also like go f\*ck yourself», «Oh, sh\*t!» [4]. Также в речи Дженны часто можно

услышать сленговые и разговорные слова, например, *babe*, *vibe* и пр. Babe – это более разговорная форма слова *baby*: «If I did I wanted to be like cool babe who is that tall b\*tch...» [3]. «Cambridge dictionary» определяет слово *vibe* следующим образом: *Vibe is the mood or character of a place, situation, or piece of music* [5]. То есть *vibe* – это настроение или характер места, ситуации или музыкального произведения. В какой-то степени слово *vibe* схоже в значении с русским словом атмосфера. Так, в своем видеоролике «I Gave Myself A Claire's Makeover» Дженна говорит: «That's the vibes I'm trying to have right now» и «Yeah it's giving me the vibe» [6].

Видеоблогер редко использует более формальную, сложную лексику. Например, в видеоролике “Baking My Boyfriend A Birthday Cake” Марблс постоянно использовала словосочетание *really good*, чтобы описать вкус (*It tastes really good*), хотя возможно использовать более сложные прилагательные. Вероятно, Дженна намеренно избегает их для того, чтобы её речь оставалась простой и понятной для широкой аудитории. Также для её речи характерно использование современных клишированных выражений как, например, «New year, new me» или «Haters gonna hate» (видеоролик «I Want To Be Tall»).

Несмотря на важность лексикона, пожалуй, стилистика речи Дженны Марблс привлекает большее внимание. На наш взгляд, именно юмор, ирония и самоирония привлекают зрителей. Однако в большинстве случаев юмор и ирония видеоблогера обусловлены конкретной ситуацией, поэтому могут быть сложны для понимания без учета контекста. Например, неуклюже передвигаясь по дому в нелепом виде и совершая бессмысленные действия, Марблс говорит «Here I am, doing normal things», что усиливает комичность ситуации.

Таким образом, рассматривая образ Дженны Марблс как образ типичного американского лидера мнений, выделим основные черты речевого поведения:

- 1) Разговорный стиль речи.
- 2) Простота изложения.
- 3) Выразительность, экспрессивность речи.
- 4) Эмоциональность, активность.
- 5) Использования юмора, иронии, сарказма.

Выходя за рамки данного исследования, можно сказать, что многие американские видеоблогеры обладают этими же или похожими чертами речевого поведения. Все они направлены на привлечение внимания к своему блогу и поддержание интереса зрителей. Безусловно, для достижения этих целей применяются разнообразные способы, однако стоит признать, что речевая составляющая играет важнейшую роль.

#### Литература и источники

1. Digital 2021 [Электронный ресурс] // We Are Social, 2021 - Режим доступа: [https://wearesocial.com/digital-2021]. Дата доступа: 02.04.2021
2. Антинази, А. «Лидер мнений» [Электронный ресурс] // А. Антинази. - Энциклопедия социологии, 2009. – Режим доступа: [https://dic.academic.ru/dic.nsf/socio/1875/] – Дата доступа: 02.04.2021
3. Мироненко, М.В. Шутник как коммуникативная личность: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Марина Валерьевна Мироненко. — Волгоград, 2005. — 211 с.
4. Jenna Marbles. «My Boyfriend Teaches Me Jiu Jitsu». - Режим доступа: [https://www.youtube.com/watch?v=0txgvcMZMVk]. Дата: 01.04.2021
5. Cambridge Dictionary [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [https://dictionary.cambridge.org/ru/]. – Дата доступа: 01.04.2021
6. Jenna Marbles. «I Gave Myself A Claire's Makeover». - Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=wLVMrpBybQ. Дата: 02.04.2021

Научный руководитель – кандидат филологических наук, доцент Ермолаева Е.Н., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

**РЕЧЕВЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ ВЕДУЩЕГО  
МУЗЫКАЛЬНОГО ШОУ «THE VOICE»**

*Алфеева Е.В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[elen.alfea@gmail.com](mailto:elen.alfea@gmail.com)

Статья посвящена проблеме определения тактик и стратегий речевого поведения ведущего американского музыкального проекта «The Voice». Социальная коммуникация как таковая – очень спорное явление в плане соотносённости с определённой речевой ситуацией и интенцией коммуникатора; её необходимо продумывать, чтобы по итогу разговор был успешным. Для этого существуют речевые тактики и стратегии, которые помогают выстраивать коммуникацию в соответствии с поставленными целями и задачами. В нашем случае необходимо рассматривать речь ведущего как приём создания собственного профессионального имиджа, поскольку о ведущих мы узнаём и формируем своё мнение именно по речевым данным, реже – по экстралингвистическим параметрам, как то внешний вид (выражение лица, мимика и подобное). При всей популярности шоу «The Voice» в США и по всему миру зрители предпочитают наблюдать за межличностными отношениями между судьями и участниками, нежели за ведущими и их речевыми особенностями, в чём и состоит сложность работы и необходимость комплексного подхода к изучению проблемы. Таким образом, в работе рассматриваются явления речевых тактик и стратегий, языковой личности, поскольку эти понятия очень тесно связаны, а также статья предлагает анализ речевых тактик и стратегий ведущего американского шоу «The Voice».

**Ключевые слова:** речевые тактики, речевые стратегии, языковая личность, язык, английский язык, речевое поведение

**SPEECH STRATEGIES AND TACTICS  
OF THE “THE VOICE” SHOW HOST**

*Alfeeva E. V.*

Kemerovo State University

[elen.alfea@gmail.com](mailto:elen.alfea@gmail.com)

The article is devoted to the problem of determining the tactics and strategies of speech behavior of the host of the leading American musical project “The Voice”. Social communication as such is a very controversial phenomenon in terms of correlation with a certain speech situation and the intention of the communicator; it must be thought through in order to make the conversation successful. To do this, there are speech tactics and strategies that help build communication in accordance with the goals and objectives set. In our case, it will be necessary to consider the speech of the presenter as a method of creating his own professional image, since we learn about the presenters and form our opinion based on speech data, less often - on extralinguistic parameters, such as appearance, facial expression, etc. Despite the popularity of the show “The Voice” in the United States and around the world, viewers prefer to observe the interpersonal relationships between the judges and the participants, rather than the presenters and their speech characteristics, which is the complexity of the work and the need for a comprehensive approach to the study of the problem. Thus, the paper considers the phenomena of speech tactics and strategies, language personality, since these concepts are very closely related, and the article

also offers an analysis of the speech tactics and strategies of the leading American show "The Voice".

**Keywords:** speech tactics, speech strategies, language personality, language, English, speech behavior.

Исследования в области прагмалингвистики, ставшие особенно актуальными в период активного изучения языковой личности и ее речевого поведения, до сих пор остаются популярным научным направлением, в частности, в рамках таких дисциплин, как риторика, культура речи, коммуникативистика, грамматическая и функциональная стилистика и др. Вопросы изучения речевого поведения разрабатывались в рамках нового направления – лингвоперсонологии, предметом которой является языковая личность во всех аспектах ее проявления. При этом субъектом можно назвать коммуникативную личность – конкретного участника конкретного коммуникативного акта, реально действующего в реальном общении [1].

Для изучения особенностей речевого поведения и его компонентов необходимо рассмотреть его субъект – языковую личность. Впервые понятие «языковая личность» было упомянуто в работах Виктора Владимировича Виноградова. Он писал: «Проблемы изучения типов монолога в художественной прозе находятся в тесной связи с вопросом о приёмах конструирования «художественно-языкового сознания», образа говорящего или пишущего лица в литературном творчестве. Монолог прикрепляется к лицу, определительный образ которого тускнеет по мере того, как он ставится все в более близкие отношения с всеобъемлющим художественным «я» автора» [2].

Коммуникативные роли, тактики и стратегии – это часть коммуникативной языковой личности, поскольку они являются определяющими наряду с лексическим и мировоззренческим уровнями. По Н. Я. Штрекеру, стратегия – это процесс построения коммуникации, направленный на достижение долгосрочных результатов. Стратегия предполагает планирование речевого взаимодействия в зависимости от конкретных условий общения и личностных качеств участников коммуникативного акта [3]. Тактика – это совокупность приемов ведения разговора или линии поведения на определенном этапе общения. Тактика предполагает использование определенных приемов привлечения внимания, воздействия на партнеров [3].

На этом этапе можно сделать вывод, что речевая стратегия – это основное намерение речи и план реализации планов, в то время как тактика – это способ реализации стратегии. В научных трудах, посвященных теме речевого поведения, можно найти множество классификаций речевых стратегий и тактик (например, 30 тактик Т. А. ван Дейка, максимы Г. Грайса). Но в нашем исследовании мы остановимся на системе Оксаны Сергеевны Иссерс.

О. С. Иссерс считает, что классификация общих коммуникативных стратегий зависит от выбранной основы. С функциональной точки зрения он выделяет основные и вспомогательные стратегии. Основная стратегия на данном этапе коммуникативного взаимодействия является наиболее значимой с точки зрения целеполагания и мотивации. Иначе это называется семантической стратегией. Главными стратегиями являются те, которые связаны с воздействием на адресата, его модель мира, его система ценностей, его поведение (как физическое, так и интеллектуальное). Основными из них являются стратегии дискредитации и подчинения. С помощью базовых стратегий можно определить набор языковых средств, а именно семантических, стилистических и прагматических, необходимых для достижения конкретных целей и задач. Такие стратегии делятся на прагматические (построение образа и формирование эмоционального настроения), диалогические (контроль темы, контроль инициативы) и риторические (привлечение внимания и драматизация) [4].

Все речевые тактики реализуются за счёт того, какие цели ставит коммуникатор для достижения результата. Таким образом, речевые тактики можно назвать

коммуникативными целями: тактика убеждения (где целью является, по сути, убеждение в суждении говорящего), тактика давления (где целью является «загнать в угол» собеседника, чтобы получить от него необходимую информацию) и т. д.

Итак, приступая к изучению речевого поведения ведущего шоу «Голос», мы решили взять в качестве примера языковую личность Карсона Дейли. Главная коммуникативная задача ведущего – поддерживать контакт со зрителями, участниками и судьями здесь и сейчас и привлекать большую аудиторию к просмотру. Для анализа речевых стратегий и тактик, используемых ведущим для реализации поставленных задач, мы использовали видеозаписи шоу: от полных эпизодов до отдельных его фрагментов.

Структура каждого эпизода идентична: в начале шоу это приветствие, во время которого ведущий должен за короткий промежуток времени ввести зрителя в курс дела, озвучить «правила игры» (например, способность вокальных тренеров блокировать друг друга на слепых прослушиваниях): *Hi everyone, I'm gonna show you something we're so excited about and nobody else has seen it not even the coaches. We've got something renew, it's a complete game change* [5]. Такие приветствия с включением в их языковую структуру элементов разговорного стиля (*Hi, I'm gonna, we're, we've got, it's*) демонстрируют реализацию ведущим стратегии формирования эмоционального настроения и построения позитивного образа, что с прагматической точки зрения задаёт необходимый коммуникативный фон и создаёт дружескую атмосферу.

С самого начала выпуска Карсон вводит новые правила шоу, причем информация прямо не предоставляется: используется местоимение *'something'*, что явно указывает на коммуникативную стратегию привлечения внимания зрителя к этим новым правилам с помощью приема, близкого по смыслу к стилистическому саспенсу. В речевом высказывании *'In addition to the big red button we all know, each coach's chair has three new powerful buttons...'* [5] введение придаточного предложения *'we all know'* создаёт эффект закона большинства, объединяя действующих лиц с местоимением *'мы'*. Такая техника гораздо быстрее вовлекает даже нового зрителя и устанавливает с ним тесный контакт по принципу «мы – команда».

Затем, объяснив правила, Карсон уже сидит в судейском кресле, рассказывая о нововведении более подробно: *'Here's how it works. Let's say Kelly hears the voice that she really wants, but she doesn't want Blake to get that artist. She'll just hit her block-Blake-button...'* [5]. Эта тактика конкретизации (объяснения правила конкретным примером) в данном отрывке направлена на привлечение внимания адресата, так как человек способен запомнить и понять больше, когда помимо сухих правил/схем/рисунков приводятся примеры. При этом само правило объясняется с помощью лингвистически простых разговорных конструкций, с включением юмора в виде голофрастической конструкции *"block-Blake-button"*.

Карсон эмоционален, открыто демонстрируя свои живые эмоции с многочисленными императивами: *'Stop talking and press your button! Come on, press it! There you go!'* [6] Мы видим значимое невербальное поведение Карсона (язык тела, мимика, жесты и т.д.). Фразы звучат довольно агрессивно из-за интонации, но это обманчивое впечатление: ведущий, перенимая эмоциональное настроение родственников конкурсанта, копирует их линию поведения, чтобы сформировать позитивное настроение и атмосферу единения. Вербально эту стратегию можно определить как подчинение, реализуемое через приказ, адресованный воображаемому адресату: поскольку присяжные не слышат этого «сигнала», то это не более чем элемент поддержки.

В другом эпизоде шоу речь Карсона Дейли строится следующим образом: *'Coaches, all those parties sound lame, I'm throwing my own party right here, in Times Square, it's the only place to be. I got a million people here; I've got all of you watching at home some of the best performances of 2012...'* [7] Используя тактику контраста, цель привлечь внимание к шоу на Таймс-сквер была достигнута. Карсон также использует тактику создания имиджа: *'I got a*

*million people here; I've got all of you watching at home*'. С помощью личного местоимения 'I' Карсон умело играет свою важную роль в проекте и создаёт положительный имидж.

Главной особенностью любого конкурса развлекательных шоу является интрига финала, и хороший телеведущий должен уметь собрать воедино сразу несколько стратегий, чтобы правильно выстроить финальную стадию. Поскольку главная цель шоу – найти лучший вокальный талант, объявление победителя - это этап, требующий максимального удержания интереса. Итак, в следующем эпизоде мы снова замечаем тактику похвалы и саспенса: *'For one of these incredible artists, Gyth and Maelyn, their lives are about to change forever'* [8]. Но в соответствии с канонами шоу главную интригу можно увидеть только в самом конце: *'But with two minutes left, the time has come, the moment we've all been waiting for. I hope you're ready. Here we go! The winner of the voice is...'* [8]. Построение речевых и паравербальных приёмов примерно в тот момент, когда все ожидают окончания, с правильной интонацией, постановкой логических акцентов, точно подобранными языковыми средствами, выдерживанием пауз между словами, работает именно так, как задумали организаторы шоу, и важная роль здесь отводится ведущему.

Таким образом, суммируя все вышесказанное, можно сделать вывод, что комплекс функционально-прагматических особенностей речевого поведения Карсона Дейли как ведущего музыкального шоу является системным и устойчивым. В коммуникативном репертуаре ведущего присутствуют те стратегии и тактики, которые способствуют реализации прагматических целей шоу; в каждом номере они применяются естественно и адекватно, в зависимости от речевой ситуации. Ведущий предпочитает использовать позитивные тактики и стратегии, поскольку жанр шоу и речевая ситуация редко требуют негативной реакции. Проведённое исследование в целом подтверждает мысль о том, что поставленные коммуникативные цели успешно достигаются благодаря грамотно используемым и прагматически ориентированным речевым тактикам и стратегиям.

#### Литература и источники

1. Красных, В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? / В.В. Красных. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2003.
2. Виноградов, В. В. О языке художественной прозы / В.В. Виноградов. – М., 1980.
3. Штрекер, Н.Ю. Русский язык и культура речи / Н.Ю. Штрекер. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 351 с.
4. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи [Электронный ресурс] / О.С. Иссерс. – Режим доступа: [padaread.com/?book=48937&pg](http://padaread.com/?book=48937&pg).
5. Музыкальное шоу “The Voice”. Выпуск от 09.02.2018 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=EQIzGsBYKig>.
6. Музыкальное шоу “The Voice”. Выпуск от 16.03.2017 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=vXnFRoOEnNQ>.
7. Музыкальное шоу “The Voice”. Выпуск от 12.01.2013 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=sDSeDpMYqEw>.
8. Музыкальное шоу “The Voice”. Выпуск от 21.05.2019 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=JBpRyqVfKmM>.

*Научный руководитель - канд. филол. наук, доцент Ермолаева Е.Н., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

## СОЦИАЛЬНО-РЕЧЕВОЙ ПОРТРЕТ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ БРИТАНСКОГО АКТЁРА ДЭНИЕЛА ДЭЙ-ЛЬЮИСА

*Береговой А.Е.*

ФГБОУ ФО «Кемеровский государственный университет»

[ddemon245@gmail.com](mailto:ddemon245@gmail.com)

Основное содержание исследования составляет изучение понятия речевой портрет, методах его создания. Рассматривается взаимосвязь, соотношение понятий «языковая личность» и «речевой портрет». Основной целью работы является создание социально-речевого портрета публичной языковой личности актёра Дэниела Дэй-Льюиса на основе изучения устных и письменных текстов, созданных данным носителем английского языка.

**Ключевые слова:** речевой портрет, языковая личность, британский актёр, акцент, лингвокультурный типаж.

## SOCIAL-SPEECH PORTRAIT OF THE LANGUAGE PERSONALITY OF BRITISH ACTOR DANIEL DAY-LEWIS

*Beregovoi A.E.*

Kemerovo State University

The main content of the research is the study of the concept of a speech portrait, the methods of its creation. The relationship between the concepts of "linguistic personality" and "speech portrait" is considered. The main goal of the work is to create a social-speech portrait of the public linguistic personality of actor Daniel Day-Lewis based on the study of oral and written texts created by this native English speaker.

**Keywords:** speech portrait, linguistic personality, British actor, accent, linguocultural type.

Цель работы — создать социально-речевой портрет публичной языковой личности актёра Дэниела Дэй-Льюиса на основе изучения устных и письменных текстов, созданных данным носителем английского языка. Задачи исследования:

- 1) рассмотреть и соотнести такие теоретические понятия, как «языковая личность», «речевой портрет», «социально-речевой портрет»;
- 2) выявить фонетические, лексические, морфологические и синтаксические особенности речи анализируемой личности;
- 3) выявить в речи маркёры реализации каждой из коммуникативных потребностей актёра и определить перечень языковых средств, используемых для удовлетворения данных потребностей.

Для того, чтобы описать речевой портрет, нам понадобится посмотреть на несколько определений этого понятия. Сама теория описания речевого портрета носителя языка сформировалась в 20 веке. Так как мы рассматриваем портрет необычной личности, составление речевого портрета позволяет нам заметить речевые особенности, характерные именно для каких-то социальных групп. Существуют и коллективные речевые портреты, которые позволяют нам обобщить явления, которые можно увидеть только у определенного круга лиц, такие как: возрастные, социальные, профессиональные и, конечно же, национальные явления. Создание речевого портрета возможно в любой сфере общения. Также существует понятие «национального речевого портрета», оно определяет разные особенности, которые присутствуют у национальной языковой личности. Анализ речевого портрета – это описание разных уровней реализации языковой личности. Все слои языка можно не описывать, ведь «языковые парадигмы, начиная с фонетической парадигмы и заканчивая словообразовательной, оказались вполне соответствующими общим параметрам». Когда описывают речевой портрет, принято рассматривать отдельные стороны, такие как фонетика и словоупотребление.

Описание языковых уровней речевого портрета включает в себя характеристику единиц уровней языка. Исследователи отдают предпочтение синтаксическим и лексическим уровням. Так же существуют исследования, посвященные лишь одному из этих уровней. Коллективный речевой портрет является основой таких исследований.

Речевой портрет – это речевые особенности личности, её предпочтения, которые позволяют узнать нам эту личность.

Языковая личность — это какая-либо личность, обладающая определенными знаниями языковой семантики, нормами речевого поведения, при этом можно выделить коллективную и индивидуальную языковую личность. Личность ещё и носитель вербального мышления, используя общение, устоявшиеся стереотипы поведения. Ю.Н. Караулов внес огромный вклад в отечественную лингвистику с развитием понятия «языковая личность», он понимал под этим понятием «совокупность способностей и характеристик человека, обуславливающих создание им речевых произведений (текстов)» [3]. Также он рассматривал языковую личность в трех уровнях – когнитивный, мотивационный, структурно-языковой.

Развитие теории языковой личности в сторону взаимосвязи личности языка и речи позволило определить термин «речевая личность». В языковую систему включаются только устойчивые и особенные компоненты речи. Можно сделать вывод, для того, чтобы более точно описать языковую личность, нужно создать и проанализировать речевой портрет языковой личности.

Можно сделать вывод о том, что понятия «языковая личность» и «речевой портрет» взаимосвязаны и обуславливают друг друга. Речевой портрет на уровне лексики обладает такими особенностями, как анализ языковых уровней и умение их описывать.

Речевая культура также обладает особенностями, такими как: учёт фактора адресата, поведение при коммуникации, разная лексика.

Составить наиболее подробный портрет языковой личности, мы можем при подробном описании речевого поведения языковой личности. Но, так как это сделать практически невозможно, вместо этого, исследователи, изучая проблемы языковой личности и возможность создания речевого портрета, направляют свои силы на изучение типовых моментов личностей, они и стали форматом для создания типов языковой личности.

В языковой личности рассматривается речевое поведение и языковое сознание. Личность осуществляет речевую деятельность, речевая деятельность и организация в этот момент противопоставлены друг другу как явление и сущность, но также и может быть взаимодействие между деятельностью и организацией. Если рассмотреть два понятия между собой ещё раз, можно сделать вывод, что понятие «речевой портрет» и «языковая личность» связаны между собой.

Проблема изучения языковой личности до сих пор является актуальной для ученых разных сфер деятельности, они посвящают этой проблеме свои исследования в сфере лингводидактики, культурологии, культуры речи и т.д.

Лингвокультурный типаж — это узнаваемые образы представителей определенной культуры, совокупность которых и составляет культуру того или иного общества. Типажи характерны разнородностью концепта, типизируемая личность является основой.

Все лингвокультурные типажи характеризуются в основном следующими признаками: символичность, яркость, широкая узнаваемость, типичность, широкая узнаваемость, рекуррентность, хрестоматийность, прецедентность [5].

Речь у Дэниела Дэй-Льюиса всегда спокойна, сдержанна, определенный акцент выделить трудно — возможно, смесь ирландского и британского акцента, благодаря корням. Ярче всего эти признаки можно увидеть в интервью, которое Дэниел Дэй-Льюис дал в связи с выходом фильма «Банды Нью-Йорка». Фильм, в котором Дэниел Дэй-Льюис играет Билла «Мясника» Каттинга — первого американского гангстера. Человека играет он отвратительного, незаконного, жестокого [9] Здесь у нас встает вопрос: «Он играет настолько живо, правдоподобно, неужели, Дэниел Дэй-Льюис такой же злой человек и в

реальной жизни?». И это самое интервью, данное в 2002 году Чарли Роузу, разбивает данный вопрос, заменяя его на другой: «Это что, и правда один и тот же человек?» [10]. Сам по себе Дэй-Льюис человек начитанный, вежлив, никогда не перебивает репортёров. Только в ролях преобразуется, играет с различными акцентами. В жизни он очень спокойный человек, кому-то может даже показаться стеснительным. На церемониях наградений ведёт себя скромно, с уважением относится к другим номинантам, благодарит жену — Ребекку Миллер, других актёров, коллег по съемочной группе [11].

Узнаваемость речи Д. Дэй-Льюиса в том, что он обладает четкой речью, правильно строит предложения, спокоен, имеет определённое чувство юмора. Широкая узнаваемость — типажа обуславливается большим количеством информации найденной в Интернете, художественной литературе, литературе по истории Британии.

Хрестоматийной составляющей рассматриваемого типажа можно считать не только его широкую узнаваемость, но и историческую составляющую. Дэй-Льюис произошел из богатой семьи, отсюда идет признак, что британцы чаще всего имеют какой-то достаток [2]. Британско-ирландский актёр — один из самых узнаваемых типажей.

Рекуррентность концептов — самый важный показательный аспект концепта и его актуальности, отражающий когнитивную, языковую и лингвосоциальную актуальность концептов. После анализа художественной литературы, источников сети Интернет, нами выявлено, что употребляется рассматриваемое понятие довольно часто. Например, по запросу «британско-ирландский типаж» на русском языке поисковая система «Яндекс» выдает 3 миллиона ответов, «Google» — примерно 429 000 ответов. При вводе данного словосочетания на английском языке как «british irish accent», «Яндекс» выдает 450 тыс. ответов, «Google» — примерно 21,6 млн ответов.

Термин прецедентность и разные образованные от него производные применяются в современной лингвистической литературе. Его появление связано с работами Ю.Н. Караулова, который впервые упомянул понятие «прецедентный текст», подразумевая под ним текст, значимый в познавательном и эмоциональном отношении, имеющий «сверхличностный характер», т. е. хорошо известный широкому кругу лиц, обращение к которому неоднократно повторяется [6]. К этому понятию ученый относил цитаты, имена персонажей, авторов, а также тексты невербальной природы. В дальнейшем произошло уточнение и развитие терминологии. Проанализировав все остальные признаки понятия «британский типаж», можно утверждать, что он обладает и прецедентностью.

Проанализировав лексику интервью Дэниела Дэй-Льюиса в различных лингвистических аспектах, мы смогли подробно составить речевой портрет известного «оскароносного» актёра.

Основой его интервью и различных публичных выступлений на телевидении стал книжный лексикон, но также присутствует устаревшая и терминологическая лексика высшего общества. Анализ со стороны стилистического аспекта, лексика актёра Дэй-Льюиса — лексика носителя полнофункционального типа речевой культуры. Особенности же синтаксического характера выделяются тем, что Дэниел Дэй-Льюис использует в интервью и в публичных выступлениях на телевидении, различные сложные и простые предложения. Речь актёра и её построение связывается с отходом от норм книжно-письменной организации речи, мы заметили это в интервью, где Дэй-Льюис часто употребляет простые, вопросительные и восклицательные предложения. В речи британско-ирландского актёра присутствует и книжная, устаревшая лексика [12].

Соотнеся лексику разных жанров речи Дэй-Льюиса — интервью и публичных выступлений на телевидении — мы сделали вывод, что жанровая лексическая специфика сохранена полностью. Также, мы увидели сходство в выборе стилистически окрашенной лексики. В речи и лексике заметен богатый арсенал выражений английского языка.

Стояла задача построить социально-речевой портрет, показать то, что объединяет и различает речь актёра в ее разных жанрах, которая была выполнена. Так как Дэй-Льюис закончил свою карьеру в 2017 году с выходом фильма «Призрачная нить», перспективы в

дальнейшем рассмотрении актёра Дэниела Дэй-Льюиса я не вижу. Перспектива рассмотрения темы же как таковой может быть актуальна всегда, пока есть примеры.

### Литература и источники

1. Большой толковый словарь русского языка / Под ред. В. А. Кузнецова. СПб., 2002.
2. Дэниел Дэй-Льюис — Биография... [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://24smi.org/celebrity/19422-deniel-dei-liuis.html>
3. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. М., 1987.
4. Китайгородская, М. В., Розанова, Н. Н. Русский речевой портрет. Фонохрестоматия. М., 1995. 128 с.
5. Крысин, Л. П. Современный русский интеллигент: попытка речевого портрета // Русский язык в научном освещении. М., 2001. Вып.1. с. 90-106.
6. Матвеева, Г. Г. Скрытые грамматические значения и идентификация социального лица («портрета») говорящего. — дис. док. Филол. наук.// СПб., 1993. С.87.
7. Панов, М. Н. Языковая личность государственного служащего: опыт лингвометодического исследования. М., 2004. 323 с.
8. Сусов И. П. Лингвистическая Прагматика. Тверь, 2006 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://homepages.tversu.ru/~ips/Pragma.html>.
9. All Daniel Day-Lewis Voices and Accents [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://youtu.be/MpDalntZPiw>.
10. Gangs of New York — Interview with Martin Scorsese & Daniel Day-Lewis (2002) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=AL-LXkJaa1A>.
11. Daniel Day-Lewis winning Best Actor for "Lincoln" [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://youtu.be/yKh\\_XFJ9TWc](https://youtu.be/yKh_XFJ9TWc).
12. There Will Be Blood — Interview with Daniel-Day Lewis & Paul Thomas Anderson (2007) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://youtu.be/OSFvaootAL8>.

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

УКД 81

### ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ИДЕНТИФИКАЦИЯ ЛИЧНОСТИ (на материале аудиозаписей экзаменационных собеседований с учащимися 9-х классов)

*Радченко А. И.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[becky.thatcher.1@mail.ru](mailto:becky.thatcher.1@mail.ru)

В данной статье осуществляется выявление параметров и их оценка для идентификации языковой личности на материале звучащей речи.

**Ключевые слова:** звучащая речь, идентификация языковой личности, языковая личность.

### LINGUISTIC IDENTIFICATION PERSONALITIES (based on audio recordings of exam interviews with 9th grade students)

*Radchenko A. I.*

Kemerovo State University

In this article, the parameters are identified and evaluated for the identification of a language personality based on the material of sounding speech.

**Keywords:** identification of the language personality, language personality, sounding speech.

Вопрос отражения личности человека в параметрах звучания его речи давно интересует исследователей различных специальностей. Одна из причин такого интереса заключается в том, что устная речь может представлять собой богатый описательный и диагностический материал для различных сфер деятельности, например, образования, психологии, криминалистики и так далее, в которых требуется глубинное изучение личности. Языковые особенности в данном исследовании стоит рассматривать с точки зрения коммуникативных потребностей говорящего из стремления выразить собственную мысль, учитывая экстралингвистический фактор ситуации экзамена, обуславливающий выбор тех или иных языковых средств.

**Материалом** для исследования послужили записи звучащей речи старшеклассников, произведенные в одинаковых условиях – ситуации экзамена: 1) выбор темы из предложенных для беседы; 2) образцы голоса и речи экзаменуемых, созданных во время экзамена перед экзаменатором; 3) интервью с экспертом, ответы на вопросы в ходе беседы. Представленный материал отражает фонетические, морфологические, словообразовательные, лексические, синтаксические и стилистические особенности языковой личности.

Цель исследования заключается в выявлении параметров, которые могут нести идентификационные данные о языковой личности.

Как отмечают исследователи-криминалисты, идентификация по голосу и речи состоит из двух частей: аудитивно-лингвистической и инструментальной. С одной стороны, мы произносим звуки, которые являются предметом исследования **физической акустики** с другой стороны, звуки эти представляют собой **осмысленную речь, основанную на языковой системе**. [8]. Исходя из этого в данной статье на выбранном материале осуществляется попытка выделения параметров идентификации языковой личности, основанные на языковой системе.

Одним из важных параметров персонализации можно выделить **речевые паузы**. Акт живой речи в основном сопровождается **паузами хезитации** – момент в порождении высказывания, когда говорящий приостанавливает (замедляет) свою речь в поисках следующего слова или подходящей синтаксической конструкции. Паузы хезитации были изучены Л. С. Выготским [2] и А. А. Леонтьевым [6]. Исследование показывает, что чаще всего в ситуации экзаменационного испытания такие паузы связаны с подбором различных **языковых средств** – что можно расценивать как проявления языковой личности, так как паузы возникают при подборе лексических, словообразовательных, акцентологических, синтаксических средств. Выявлены паузы хезитации и их заполнители (м- и а-э-образные звуки, частицы, вводные слова и словосочетания), которые дают говорящему время для поиска нужных слов. Например, может быть характерна языковой личности пауза хезитации в виде нелексического вставного протяжного звука: «эээ» и его аналога: «э-эм». Такой вид хезитации связан со спонтанностью речи и импровизации ее создания. Так как текст рождается в момент речи возникает проблема в выборе слов и грамматических структур: «*Мы пришли, (эээ) взяли коньки на прокат, пошли переобуваться*». Другой вид использование приема хезитации данной языковой личности позволяет не прерывать начатую реплику и завершить мысль, но не исключает проблемы **грамматической связности слов**: «*Вот допустим, если баскетбол, то я хотел бы участвовать в этом, а если там всякие (э-э-э) допустим хоккей вот и еще кое-какие, то это можно посмотреть*», и **проблемы нормативного словообразования**: «*Я не умел (э-э-э) заиндуривать их, мне помогал брат*». Я за месяц научилась кататься на велосипеде. (а) *Теперь я вместе с братом катаюсь по деревне и по городу. И очень рада, что мне папа в этом помог*». Также пауза хезитации может формально не маркироваться: «*Мы поехали (пауза), папа посадил меня на велосипед и держал за руль и за сиденье. Мы катались так долго. (пауза) Я очень рада, что папа мне помогал в этом*». После использования пауз

гезитации часто наблюдаются инвертируемый порядок слов, повторы, самоперебивы, отклонение от высказываемой мысли и возвращение к ней; грамматические несогласованности словоформ и частей предложения. В соответствии с этим можно выделить такие типы языковой личности как: 1) по способу наполнения паузы: а) фонетический, б) немаркированный; 2) по формулировке исходной речи: а) логическая, б) интуитивная.

**Ненормативное формообразование и словообразование:** «ездю», «зашнуривать». Нерегулярный глагол «ездить» при спряжении имеет чередование согласных *езд/езж*, в данном случае осуществляется спряжение по регулярному типу, без чередования. Однако употребление такой формы может свидетельствовать о **речевом опыте автора**, так как данная форма **употребляется в просторечии**. «Зашнуривать» – ненормативное словообразование, так как слово образовано автором по модели *освоить/осваивать* с помощью суффикса *-ива*. Такой тип личности можно обозначить как **конструирующий**, так как создателю текста свойственно создание новых слов используя существующие модели словообразования. Также **ненормативное использование слов «одел/надел»**. Данный тип языковой личности можно определить, как **синтезирующий**, так как употребление «*сразу одел их*» может говорить и о речевом опыте, и о сравнении глаголов *одевать/одеть* с другими глаголами, например, *убивать/убить*. Можно убивать (кого?) зверей, можно убивать (чем?) рогатиной, можно убивать (за что?) за предательство.

**Использование сленга и адаптация его под ситуативную речь:** «*под то была заточена данная модель роликов*» – **заточена** – узкоспециальный, приспособленный для решения какой-то определенной частной задачи и, чаще всего, неудобный для решения других задач. Автор выбирает сленговое слово, так как, возможно, это наиболее частотное формальное обозначение данной дефиниции в языке автора. А также данное слово из-за своей частотности употребления и укоренения в авторском словаре может адаптироваться под другие синонимичные конструкции, в данном случае выступают синонимом выражения «отточенные навыки»: «*в командном спорте ты должен объединиться с другими людьми и заточиться под их качества, а они должны подточиться под твои*». Данное авторское выражение строится по типу наложения, шатировки сленгового слова на известное выражение с целью усиления донесения смысла на понятном языке автора. «*Заточиться*» – в значении научиться, подстроиться, «*подточиться*» – в значении приспособиться, подстроиться в обратную сторону, что может характеризовать языковую личность как **адаптирующую**, так как адаптируется авторский текст с помощью существующих языковых средств для упрощения понимания авторской речи.

**Использование клише:** «*занятие спортом в человеке развивают в первую очередь силу духа, силу воли*», «*закалить характер*» – употребление клише и общеупотребимых конструкций в личной речи может указывать на **репликативный** тип языковой личности, так как большинство «копируемых» реплик ориентированы на уместные употребления ограниченного вида языковых средств для достижения цели донесения смысла.

**Частотное употребление слов.** Частое использование наречия «очень» в значении в высокой степени: «*очень удобно учиться*», «*я очень рада*», «*очень много падала*», «*очень большой велосипед*», «*и очень рада*», «*было очень трудно держать равновесие*». Использование конструкции с местоимением «все»: «*все колени*», «*всегда подбадривал*», «*я все смогу*», «*у меня все получится*». Оба примера свидетельствуют об употреблении единицы речи, которая имеет лексическое значение, в данном случае значение сильной степени. Данным методом может пользоваться языковая личность, характеризующая как **избыточная**, так как такая личность обычно описывает любую ситуацию с привлечением слова, указывающего на значение больше, чем необходимо, для подчеркивания эмоциональности, а также использует для этого обозначения чаще одно конкретное слово в многократном количестве употребления, то есть его избытке.

Устно-разговорная речь представлена в двух формах: монолога и диалога. Такая речь имеет структурную особенность – сложное восприятие на слух и выделение

синтаксических конструкций, которые предполагает автор. Несмотря на это, устная речь несет за собой особенность стилистической неоднородности. Ее основные черты проявляются в следующем: информация развивается порциями, путем добавления частей предложения и отдельных слов (так называемый принцип нанизывания) [1]. Однако наличия причастных и деепричастных оборотов, цепочек падежей и связочных средств, многообразие союзов характеризуются не жанром такого текста, а обстоятельством экзамена, который предполагает логичную связность предложений, и возвращение к предшествующим частям предложения. Особенностью языковой личности может выступать употребление сложных конструкции предложений, так как разговорная речь стремится к унификации и ориентируется на простоту языка, больше смысловую нагрузку отдавая интонации: «я посмотрела, как он ловко катается, и как он быстро, почти за неделю научился с ним ловко обращаться», «именно вот эти вот два, даже я бы сказал три, еще можно одно добавить» – использования принципа нанизывание может характеризовать языковую личность как **конкретизирующую**, так как в основном нанизываемые синтаксические конструкции имеют тенденцию к уточнению информации.

Таким образом идентификация языковой личности происходит на всех уровнях языка. Живая речь, даже в рамках экзаменационной ситуации, отражает выбор языковых средств свойственные данной языковой личности или типу языковой личности.

Практическая значимость работы состоит в возможности использования результатов исследования в прикладных целях в разных сферах деятельности, так как позволяет извлечь персональные параметры языковой личности для ее идентификации.

#### Литература и источники

1. Брызгунова, Е. А. Идеолект и наддиалектная форма русского языка // Лингвистическая полифония: сборник статей в честь юбилея профессора Р. К. Потаповой / отв. ред. В. А. Виноградов. – М., 2007. – С. 78–84.
2. Выготский, Л. С. Избранные психологические исследования. Мышление и речь. Проблемы психологического развития ребенка / Под ред. А.Н. Леонтьева и А. Р Лурия. – М.: Изд-во АПН РСФСР, 1956. – 519 с.
3. Голев, Н. Д. Лингвоперсонологические основания личностно-ориентированного обучения / под ред. Н. В. Мельник; ГОУ ВО «Кемеровский государственный университет». – Кемерово, 2009. – С. 8–17.
4. Голев, Н. Д. Лингвотеоретические основания типологии языковой личности / под ред. Н. Д. Голева, Н. В. Сайковой, Э. П. Хомич. – Барнаул; Кемерово: БГПУ, 2006. – С. 7–19.
5. Каганов, А. Ш. К проблеме идентификации личности по голосу и звучащей речи // Вестник ЧГПУ им И. Я. Яковлева. – 2019. – №2 (102). – С. 11–81.
6. Леонтьев, А. А. Психолингвистические единицы и порождение речевого высказывания. – М.: Едиториал УРСС, 2003. – 312 с.
7. Прокудина, И. С. Русская языковая личность в аспекте лингвокогнитивных стилей репродуцирования научного текста: на материале студенческих рефератов: авториф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.12 / Прокудина Ирина Сергеевна. – Кемерово, 2009. – 26 с.
8. Теория и практика судебной экспертизы: сборник под ред. – М.: гос. учреждение Российский федеральный центр судебной экспертизы при Министерстве юстиции РФ. – 2007. – №3 (7). – С. 68.
9. Филатова, О. Л. Особенности речевоздействующей функции гендерного дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Филатова Оксана Леонидовна. – Орел, 2012. – 20 с.

*Научный руководитель: д-р филол. н., проф. Голев Н. Д., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

## РЕЧЕВОЙ ПОРТРЕТ БЛОГЕРА

*Сметанина И. С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[demianwings@mail.ru](mailto:demianwings@mail.ru)

В статье рассматривается языковое пространство сетевого дневника блогера polinapars с целью моделирования её речевого портрета. Выявлены основные лингвистические особенности, характерные для данного блогера и её виртуальной языковой личности.

**Ключевые слова:** языковая личность, лингвоперсонология, речевой портрет, интернет-коммуникация, блогосфера, Instagram.

## BLOGGER'S SPEECH PORTRAIT

*Smetanina I.S.*

Kemerovo State University

The article examines the linguistic space of the polinapars blogger blog in order to model her speech portrait. The main linguistic features typical for this blogger and her virtual linguistic personality are revealed.

**Keywords:** linguistic personality, linguopersonology, speech portrait, internet communication, blogosphere, Instagram.

Е. С. Кубрякова, характеризуя современную лингвистику, писала, что ее основными чертами являются антропоцентризм, текстоцентризм и экспансионизм [1]. Следствием этого является тенденция развития комплексных наук, в частности, лингвоперсонологии и интернет-коммуникации. Глобальная сеть Интернет прочно вошла в жизнь современного общества, став всемирной коммуникативной средой. В современном обществе Интернет предоставляет пользователям всего мира широчайшие возможности коммуникации, получения и передачи информации любого типа. Развитие лингвоперсонологии как науки, изучающей реализацию в языке языковой личности, определяет использование понятий *языковая личность* и *речевой портрет*. Языковая личность – человек в его способности воспринимать и порождать речь (дискурс), владеющий системой языка и использующий ее для достижения в процессе коммуникации тех или иных неречевых и речевых целей [2, с. 42]. По мнению С. В. Леорды, «речевой портрет – это воплощенная в речи языковая личность» [3, с. 59–60], а проблема речевого портрета является частным направлением исследования языковой личности. Т. П. Тарасенко определяет понятие речевого портрета как «совокупность языковых и речевых характеристик коммуникативной личности или определённого социума в отдельно взятый период существования» [4, с. 26].

Такое интернет-явление, как блог, начало приобретать популярность относительно недавно. За достаточно короткий промежуток времени блогинг настолько сильно внедрился в обыденную жизнь россиян, что начал оказывать серьёзное влияние на общество и на состояние языка, что привлекло к данной области внимание учёных-лингвистов [5; 6]. Новизна данного явления даёт нам условия для того, чтобы полагать о недостаточности изучения. Таким образом, изучение блогосферы является актуальным в области лингвопрагматики, лингвостилистики, лингвокультурологии и лингвоперсонологии. Задачей настоящей статьи является анализ речевого портрета блогера. Предлагаемое исследование выполнено на материале постов из социальной сети (instagram) блогера polinapars.

Блог (от английского слова weblog — «веб-журнал») — это сетевой дневник одного или нескольких авторов (также называемых блогерами), состоящий из записей, представленных

в обратном хронологическом порядке. Совокупность блогов принято называть блогосферой.

Блогер под ником polinarars (также известная как Читалочка) ведёт одноимённый блог с аудиторией в 31 тысячу человек (информация на 5.04.2021) в социальной сети Instagram. В своём сетевом дневнике девушка делится мыслями по поводу тех или иных культурных событий, рассказывает о важных событиях, которые происходят в её жизни, и сообщает об изменениях на своём YouTube-канале, посвящённом литературной критике.

Проанализировав профиль данного блогера, можно сделать вывод о обширном словарном запасе, к которому девушка активно обращается. Тексты данного автора богаты синонимами, эпитетами, лексическими единицами, относящимися, в основном, к литературному стилю.

Polinarars часто использует в своих постах элементы рассуждения, а также делает акцент на книжной тематике блога, используя цитаты из классической литературы, имена литературных героев или ссылаясь на те или иные факты из классики. В качестве примера рассмотрим пост с нативной рекламой:

*«Быть или не быть? Встать с дивана или продолжать лениться? Я иногда задаюсь вопросом, было бы проще героям книг прошлого в наше время или как? Обратился бы Гамлет за помощью в следственный комитет, отправился бы он к психологу? Смог бы сломать Обломова какой-нибудь более продвинутый коуч, нежели Штольц?*

*Иногда мне кажется, что весь мой мыслительный процесс держится на вопросах: на какое время поставить будильник, чтобы всё успеть? как долго должно кипеть яйцо, чтобы было съедобно? почему «хлеба и зрелищ» - требование вневременное? Почему 42, если уж на то пошло...*

*Сейчас ведь есть интернет, и Гамлет точно бы нашел свой ответ. Ну или тех, кто поддержал бы парня. Зашел бы себе на Яндекс Кью, и все.*

*На Яндекс Кью великое множество сообществ по интересам: книжные, кулинарные, сообщество любителей искусства... Всех не перечислю. Вы можете сами задавать вопросы, можете сами отвечать. Можете призвать на помощь в поиске ответа экспертов, которые прошли верификацию.*

*Лично я обожаю искать ответы и задавать вопросы. Иногда риторические, иногда глупые. Но самое главное - задавать. Может, век и вывихнут, но ведь лучше быть, чем не быть»*

Обращает на себя внимание, то, как органично рекламный текст вписывается в книжную тематику блога. Автору удалось адаптировать рекламу под стиль своего сетевого дневника, используя описанные выше приёмы, например, отсылки к классической литературе: «Быть или не быть?», «<...>было бы проще героям книг прошлого в наше время...»

В постах polinarars присутствует не только высокая лексика, некоторые тексты девушки наполнены жаргонизмами и молодёжным сленгом, что даёт нам основания сделать определённые выводы по поводу того, на какую аудиторию рассчитан блог:

*«Сейчас будет шок-контент. Если вы пирожочек, лучшие дальше не читайте) Отдых отдыхом, но в понедельник я вхожу с настроением посылать нах...р вообще всех, кто каким-то образом пытается оскорбить меня, оскорбить то, что мне нравится, задеть то, что мне близко, или просто покурахтать, какая я фу, бе и ме. Из-за таких вещей, конечно, я никогда не соберу аудиторию большую, чем сейчас (а некоторые сладкие пирожочки могут вообще отписаться, но я ж предупредила, не заходить так далеко), но, етить-колотить, если интернет дает нам возможность ликвидировать негатив функцией черного списка - почему нужно игнорировать это благо? Почему нужно задаваться вопросом, почему ты или твоё творчество не понравилось прохожим пикселям? Почему нужно искать причину чужого желчного желания оскорбить незнакомого человека? А нет ответа на эти «почему». Хотя нет, ответ один. И он с матом.»*

Полина старается избегать нецензурной лексики, лишь делая на неё намёк «*ответ один. И он с матом*», однако в приведённом примере всё же находится бранное слово «*<...> с настроением посылать нах...р*». Чтобы выразить негодование, блогер обращается к междометиям «*какая я фу, бе и ме*», а также к предикативам из разряда грубой разговорной лексики «*етить-колотить*». Несмотря на явную негативную окраску, в тексте встречаются и выражения, которые употребляются в позитивном контексте: «*сладкие пирожочки*. Таким образом девушка выражает любовь к своей аудитории.

Среди постов Полины Парс часто встречаются так называемые интерактивы, когда автор вступает в диалог со своей аудиторией:

*«Давайте поможем мне не скатиться бочонком в бухту Унылой Усталости - расскажите, что сейчас читаете и каковы срединные впечатления? Даешь легкую болтологию в комментариях без гнета глубоких смыслов и путанных фраз!»*

В данном примере наблюдается склонность блогера к высокому слогу: «*не скатиться бочонком в бухту Унылой Усталости*», «*без гнета глубоких смыслов и путанных фраз!*». Для того чтобы подчеркнуть непринуждённый характер текста, автор даже придумывает собственное слово «*болтология*».

Таким образом, в процессе анализа постов блогера выявлены основные особенности языковой личности ролінарарс, определена основная тематика её постов в социальной сети. Комплексный анализ речевого поведения блогера позволяет описать речевой портрет и осуществить моделирование языковой личности.

#### **Литература и источники**

1. . Кубрякова, Е. С. Парадигмы научного знания в лингвистике и ее современный статус / Е. С. Кубрякова // Известия АН СССР. Серия Литературы и языка. – 1994. - Т. 53. - № 2. – С. 3 – 15.
2. Караулов, Ю. С. Русский язык и языковая личность / Ю. С. Караулов. – Москва: Наука, 1987. – 263с.
3. Леорда, С. В. Речевой портрет современного студента: автореф. дис. канд. филол. наук / С. В. Леорда. – Саратов, 2006.
4. Тарасенко, Т. П. Языковая личность старшеклассника в аспекте ее речевых реализаций (на материале данных ассоциативного эксперимента и социолекта школьников Краснодара): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2007. – 26 с.
5. Данилов, С.Ю. Сигналы многоречия в свободном пространстве Интернета / С.Ю. Данилов // Русский язык в многоречном социокультурном аспекте: [монография]. – Екатеринбург: изд-во Урал ун-та, 2014. – С. 114-134.
6. Казанова, Н.Н. Сетевые дневники как новый вид реализации личности / Н.Н. Казанова / Вопросы психолингвистики. – 2009. – №9. – С. 150-156.

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

**УДК 81'42**

#### **РЕЧЕВЫЕ АНОМАЛИИ В ДИСКУРСЕ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ (НА МАТЕРИАЛЕ РЕЧИ ПСИХИЧЕСКИ БОЛЬНЫХ ЛЮДЕЙ)**

***Егорова П.С.***

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[cool.ramm2014@yandex.ru](mailto:cool.ramm2014@yandex.ru)

Речевые аномалии у психически больных людей являются ярко выраженным феноменом. Аномалии обнаруживаются на всех уровнях языка: фонетическом, грамматическом, семантическом, прагматическом и т.д. Исследование этой темы может способствовать успешной диагностике эндогенных психических заболеваний. В статье представлен обзор методов интеллектуального анализа текстов, результатами которого являются частотные характеристики, которые позволяют оценить: выраженность в тексте речевых аномалий лексики, которая принадлежит к определённым тематическим группам слов с семантикой различных психологических состояний и личностных установок. В работах исследователей данной темы рассматриваются различия в текстах по ряду параметров: частоте встречаемости определенных синтаксем, психолингвистических маркеров, лексико-тематических маркеров. Авторами научных работ, которые мы рассматриваем, было выявлено, что в текстах больных значимо реже встречаются синтаксемы, связанные с активностью и с отношениями каузации и классификации. Тексты больных также отличаются от текстов здоровых по ряду психолингвистических показателей.

**Ключевые слова:** нарушение речи, шизофрения, лингвистика, синтаксемы, психолингвистические показатели, эндогенные психические заболевания, реляционно-ситуационный анализ.

## **SPEECH ANOMALIES IN THE DISCOURSE OF A LINGUISTIC PERSONALITY (BASED ON THE SPEECH OF PEOPLE WITH MENTAL ILLNESS)**

*Egorova P.S.*

Kemerovo State University

Anomalies in the speech of people with mental illness are a pronounced phenomenon. It should be noted that anomalies are found at all levels of the language: phonetic, grammatic, semantic, pragmatic, etc. The study of this topic can contribute to the successful diagnosis of endogenous mental illness. The article provides an overview of the methods of text mining, the results of which are frequency characteristics that allow us to evaluate: the severity of speech anomalies in the text, vocabulary that belongs to certain thematic groups of words with the semantics of various psychological states and personal attitudes. In the works of researchers of this topic, differences in texts are considered in a number of parameters: the frequency of occurrence of certain syntaxemes, psycholinguistic markers, lexico-thematic markers. The authors of the scientific works that we are considering revealed that in the texts of patients, syntaxemes associated with activity and with relations of causation and classification are significantly less common. The texts of the patients also differ from the texts of the healthy in a number of psycholinguistic indicators.

**Keywords:** schizophrenia, speech disorders, linguistics, syntaxemes, psycholinguistic indicators, endogenous mental illnesses, relational-situational analysis.

В современной лингвистике, основными чертами которой, являются антропоцентризм и экспансионизм, о которых писала Е.С. Кубрякова [1], проявляется тенденция упрочения межпредметных связей лингвистики с логопедией, психологией, психолингвистикой и рядом других наук. Следствием экспансионизма является развитие комплексных наук, в частности, психиатрической лингвистики. Одной из актуальных проблем в области этой науки является исследование нарушений речи у больных с эндогенной психической патологией. К эндогенным психическим расстройствам относятся: шизофрения, шизоаффективное расстройство, биполярное аффективное расстройство и т.д.

На протяжении исследований нарушений речи при шизофрении существовали различные подходы: от приравнивания между собой речевых аномалий и нарушений мышления до лингвистических исследований нашего времени, которые сосредоточены конкретно на речевом поведении пациентов.

При шизофрении, заболевании, которое в целом отличается характерными фундаментальными расстройствами мышления и восприятия, нарушения выявляются на

всех уровнях организации речи: на фонетическом, грамматическом, семантическом и уровне прагматики [2, с. 93]. Изучение данной темы может способствовать успешной дифференциации между пациентами и здоровыми испытуемыми, а также позволит отличать пациентов с шизофренией от пациентов, страдающих другими заболеваниями.

Сфера данных исследований весьма разнообразна и получила освещение в ряде научных работ. Несомненная важность этих работ состоит в том, что в них приведены методы интеллектуального анализа текстов.

Глубокое и всестороннее рассмотрение различных аспектов теории и практики психолингвистики содержится в работе «Лингвистические характеристики текстов психически больных и здоровых людей» [3]. В ней приведён лингвистический анализ текстов, написанных здоровыми людьми – 142 человека – и больными с эндогенными психическими заболеваниями (шизофрения) – 22 человека. Уточним, что помимо лексического уровня здесь также учитываются другие аспекты письменной речи.

В ходе исследования, которое было проведено авторами научной работы, испытуемым было предложено написать эссе на тему: «Я, другие, мир». Был проведен автоматический анализ текста, в котором начитывается 57 параметров: синтаксемы, психолингвистические показатели и т.д.. Прделанная работа позволяет сравнить частоту встречаемости перечисленных параметров в группах больных и здоровых.

Анализ показал, что тексты больных значительно отличаются от текстов здоровых испытуемых по частоте встречаемости определенных синтаксем. Например, снижение количества указаний на производителя действия. Снижение частоты встречаемости синтаксемы «каузатив» может говорить об ограничениях во внимании к причинности, причинно-следственной связности событий.

Авторы работы выдвигают гипотезу о том, что снижение количества таких синтаксем, как агенс (активность), каузатив (причинность) и генератив (обобщенность), может быть обусловлено снижением способности к регуляции как объединение в единое целое психического опыта, из которого проистекает способность чувствовать себя уверенным, компетентным человеком. Это снижение приводит к тому, что в представлении больных действия происходят стихийно и непроизвольно.

Также исследователями делается вывод о том, что снижение частоты встречаемости синтаксемы «субъект содействия», а это лицо, оказывающее помощь, может отражать как то, что больные ощущают дефицит поддержки, социальную изоляцию, так и то, что больные не видят себя в роли помогающих. О первом косвенно может свидетельствовать снижение количества местоимений первого лица множественного числа, которое может говорить о снижении чувства единения с другими, ощущении отделенности от других.

Увеличение местоимений первого лица единственного числа показывает, что больные сосредоточены на себе, образы других отсутствуют, или присутствуют только для того, чтобы выразить их отношение к автору. Увеличение этого показателя показано и в других исследованиях. «Собственные потребности и аффекты затрудняют восприятие других как целостных отдельных личностей, со своей историей, сильными и слабыми сторонами, о чем свидетельствует снижение количества местоимений третьего лица множественного числа», отмечает авторами рассматриваемой нами статьи [3, с. 5].

Лексика, связанная с социальной проблематикой. Преобладание в текстах больных такой темы, как «Здравоохранение», также можно легко интерпретировать – если для здоровых эта тема больше связана с социальными вопросами и может характеризовать уровень напряжения при обсуждении общественно значимых тем, то для людей, находящихся на момент обследования в стационаре, вопросы здравоохранения, доступности медицины – это вопросы уровня их актуального благополучия. Для больных одной из самых актуальных тем является тема болезни. Это может отражать как актуальность текущей ситуации нахождения в лечебном учреждении, так и то, что тема болезни может занимать ведущее положение в личности больного, через болезнь он может определять свою идентичность. В то же время другие социальные вопросы, такие как «дети, образование», для больных не

являются актуальными, они не чувствуют вовлеченность в данную социальную проблематику.

Еще одной особенностью речи пациентов с шизофренией, которая подтверждается значительным количеством исследований, является ее синтаксическая упрощенность. В одних случаях говорят об уменьшении количества сложных предложений, в других – о большем количестве грамматически неверных сложных предложений. Кроме того, пациенты хуже понимают синтаксически сложные предложения: они хуже распознают ошибки в сложных предложениях, менее точно передают их содержание, и хуже понимают синтаксически усложненные инструкции [2, с. 94].

Данный лингвистический анализ текстов, написанных здоровыми людьми и больными с эндогенными психическими заболеваниями, представляет собой характеристики синтаксической структуры предложений, психолингвистические маркеры эмоциональности и характеристики обсуждаемых в тексте тем. Анализ выделенных параметров позволил выявить различия в текстах здоровых и больных людей.

### **Литература и источники**

1. Кубрякова, Е. С. Парадигмы научного знания в лингвистике и ее современный статус / Е. С. Кубрякова // Известия АН СССР. Серия Литературы и языка. – 1994. – Т. 53. – № 2. – С. 3 – 15.
2. Карякина, М.В., Сидорова, М.Ю., Шмуклер, А.Б. Нарушения речи у больных шизофренией / М. В. Карякина, М. Ю. Сидорова, А. Б. Шмуклер // Социальная и клиническая психиатрия. – 2017. – Т. 27. – № 4. – С. 93 – 100.
3. Ениколопов, С.Н. Лингвистические характеристики текстов психически больных и здоровых людей / С. Н. Ениколопов, Т. И. Медведева, О. Ю. Воронцова, Н. В. Чудова, Ю. М. Кузнецова, М. Ю. Пенкина, А. Н. Минин, М. А. Станкевич, И. В. Смирнов, А. А. Любавская // Психологические исследования. – 2018. – Т. 11. – № 61. – С. 1 – 7.

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

**УДК - 811.111-26**

## **ВЕРБАЛЬНЫЕ ФОРМЫ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КОНЦЕПТА "СТАРОСТЬ" НА ПРИМЕРЕ ДЖ.БАРНСА "THE LEMON TABLE"**

*Тишкина Е.В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[iamtishkinakatya35815@mail.ru](mailto:iamtishkinakatya35815@mail.ru)

Изучение языка современной лингвистикой представляет собой задачу рассмотрения языка в тесной связи с человеком, его мышлением и сознанием, со способностью анализировать языковые факты во взаимодействии с языковой личностью и коллективом. Исследователи рассматривают язык как форму умственной деятельности человека, как неотъемлемую часть его природы и духовного мира. Отношение человека к себе и окружающей действительности находит свое место в языке. Язык отражает взаимное влияние мира и этноса. Концепт – одно из ключевых понятий в лингвистике. Актуальность изучения концептуальных смыслов связана с развитием когнитивной науки. Единого мнения и определения того, что такое концепт, пока не существует. Понимание концептов зависит от специфики того или иного дискурса, в котором эти концепты репрезентированы. Результатом этого лингвистического опыта являются художественные произведения, в

которых выражается не только авторская позиция, но и языковая картина мира всего народа. Интерес к изучению этого вопроса связан с тем, что современные ученые в последнее время неоднократно обращались к изучению взаимосвязи между языком, мышлением и духовной культурой человека.

**Ключевые слова:** концепты, элемент этнического самопознания, авторская позиция, язык, мышление, культура.

## VERBAL FORMS OF REPRESENTATION OF THE "OLD AGE" CONCEPT ON THE EXAMPLE OF J.BARNES "THE LEMON TABLE"

*Tishkina E.V.*

Kemerovo State University

The study of language by modern linguistics is the task of considering language in close connection with a person, his thinking and consciousness, with the ability to analyze language facts in interaction with a language personality and a team. Researchers consider language as a form of human mental activity, as an integral part of its nature and spiritual world. The attitude of a person to himself and the surrounding reality finds its place in the language. The language reflects the mutual influence of the world and the ethnic group. The concept is one of the key concepts in linguistics. The relevance of the study of conceptual meanings is associated with the development of cognitive science. There is no consensus or definition of what a concept is yet. The understanding of concepts depends on the specifics of a particular discourse in which these concepts are represented. The result of this linguistic experience is artistic works that express not only the author's position, but also the linguistic picture of the world of the entire people. Interest in the study of this issue is due to the fact that modern scientists have recently repeatedly turned to the study of the relationship between language, thinking and spiritual culture of a person.

**Keywords:** concepts, element of ethnic self-knowledge, author's position, language, thinking, culture.

А. Шопенгауэр определял концепт (concept), как абстракцию, созданную нашим интуитивным восприятием предметов [Шопенгауэр 2011]. Э. Кант выделял три характерных условия создания концепта: сравнение, обдумывание (reflection), абстракция. Он говорил, что для того, чтобы мысленный образ стал концептом, необходима способность сравнивать, обдумывать и абстрагировать – эти три логические операции являются необходимым условием создания концепта [Шопенгауэр 2011].

По словам И.С. Блиновой, концепт «старость» представляет собой конкретизацию концепта «человек» по параметру «возраст» с выделением основных этапов старости, объективацией типичных биологических знаков старческого возраста и типичных характеристик поведения пожилого человека [Блинова 2009]. Концепт, являясь одним из центральных понятий лингвокультурологии, имеет множество интерпретаций и определений. Концепт объединяет в себе значение, смысл и форму порождения этого смысла и значения. В коммуникации концепт может быть представлен как вербально, так и невербально. Внутренняя форма, ядро и актуальный слой составляют структуру концепта.

В настоящее время концепт является также одним из основных понятий когнитивной лингвистики. По определению В.Г. Зинченко и

В.Г. Зусмана, когнитивная лингвистика рассматривает проблемы языка «сквозь призму когниции» [Зинченко 2003].

Старый человек характеризуется через такие номинации, как the old, pensioner, elderly, old geezers, senior citizen, Grandpa:

*He went at times when the other customers were pensioners.*

*«She was rather elderly», one of them said eventually, by way of explanation.*

В рассказах концепт «старость» раскрывается через противопоставление молодым людям и детям. На основе этой оппозиции «старость – молодость» происходит характеристика героев и их поступков:

*There were three barbers, all of middle age, in white coats, dividing their time between the young and the old.*

Можно выделить наиболее значимые внешние маркеры, которые характеризуют старость в английской лингвокультуре. К таким маркерам относят:

– седину:

*Hair grey already. Probably his pubic hair was grey as well.*

*But at the same time he acknowledged that her hair was no longer quite the blonde it had once been;*

– внешнюю непривлекательность:

*Gregory looked at him: bony, with haunted eyes, hair cut absurdly short and Brylcreemed flat;*

Для старых людей характерно снисходительное и в то же время негативное отношение к молодежи:

*In the old days, Gregory reflected, barber-shops had been places of ill repute, where idle fellows gathered to exchange the latest news, where lute and viol were played for the entertainment of customers. Now all this was coming back, at least in London.*

Таким образом, концепт «старость» представлен в англоязычной лингвокультуре как многогранное явление, которое включает в себя внешние, физиологические, личностные характеристики старого человека, его восприятие окружающего мира и людей. Часто старость сопровождается отрицанием этого явления, отрицанием надвигающейся неизбежной смерти, которая является одним из ведущих мотивов в рассказах Дж. Барнса.

#### **Литература и источники**

1. Блинова И.С. Концепт «старость» в русской и немецкой лингвокультурах: автореф... дисс.канд.филол.наук.: 10.02.20. Волгоград, 2009. 22 с.
2. Зинченко, В. Г. Межкультурная коммуникация. Системный подход / В. Г. Зинченко, В. Г. Зусман, З. И. Кирнозе: учеб. пособие. – Нижний Новгород, 2003. 192 с.
3. Шопенгауэр, А. Мир как воля и представление. М.: Харвест, 2011. – Т. 1. – 672 с.

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

**УДК 811.111**

### **РОЛЬ ГОЛОФРАСТИЧЕСКИХ КОНСТРУКЦИЙ В ИДИОСТИЛЕ ДЖОНА ГРИНА**

*Шелест А.А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[nastya.what@mail.ru](mailto:nastya.what@mail.ru)

Предметом данного исследования выступают голофрастические конструкции как сложные номинативные единицы, формирующиеся как из слов, так и из предложений, в произведениях современных англоязычных авторов. Актуальность исследования голофрастических конструкций обусловлена тем, что они, с одной стороны, являются относительно новым явлением как для английского, так и для русского языка, а с другой – все чаще используются в современной художественной литературе, в некоторых жанрах публицистики и в текстах других типов. Хотя голофрастические конструкции присутствуют

в других языках (русском, немецком), они наиболее характерны для английского языка. Выявить актуальность, возникновение, а также причину возникновения данных конструкций, оказалось не маловажно и информативно. Проведя полный анализ голофрастических конструкций, удалось выявить различные их уровни, что помогло в дальнейшем анализе голофрастических конструкций. Материалом исследования послужил произведение “Бумажные Города” зарубежного, современного автора Джона Грина. По ходу исследования удалось обнаружить огромное количество голофрастических конструкций, которые являются частью особого стиля вышеупомянутого автора. В ходе работы применялись методы лингвистического наблюдения и описания, сравнительно-сопоставительный метод. Метод сплошной выборки использовался при отборе фактического материала.

**Ключевые слова:** голофразис, голофрастические конструкции, номинативные единицы, идиостиль.

## THE ROLE OF HOLOFRASTIC CONSTRUCTIONS IN JOHN GREEN'S IDIOSTYLE

Shelest A.A.

Kemerovo State University

The subject of this study is holofrastic constructions as complex nominative units formed from both words and sentences in the works of modern English-speaking authors. The relevance of the study of holofrastic constructions is due to the fact that, on the one hand, they are a relatively new phenomenon for both English and Russian, and on the other hand, they are increasingly used in modern fiction, in some genres of journalism and in other types of texts. Although holofrastic constructions are present in other languages (Russian, German), they are most characteristic of English. To identify the relevance, occurrence, as well as the reason for the occurrence of these structures, was important and certainly informative. The material of the study was the novel “Paper Cities” by the modern author John Green. In the course of the study, a huge number of holofrastic constructions were discovered, which are part of the special style of the above-mentioned author. In the course of the work, the methods of linguistic observation and description, the comparative-comparative method were used. The continuous sampling method was used to select the actual material.

**Keywords:** holofrasis, holofrastic constructions, nominative units, idiosyle

Как стало известно, в языке происходят непрерывные процессы, охватывающие все его уровни, в том числе и словообразование. В настоящее время в английском языке все более распространенными становятся различные способы словообразования, способствующие экономии речевых усилий. Подобного рода процессы в языке объясняются экстралингвистическими факторами, такими как ускорение темпов жизни, нехватка времени и рост эмоциональной напряженности в обществе, что в свою очередь требует сжатого и эмоционально экспрессивного выражения своих мыслей в речи.

Особое место среди них занимают голофрастические конструкции. И хотя в последнее время ученые уделяют все больше внимания данному способу, однозначных выводов о его роли в системе словообразования не сделано, и, следовательно, его специфика требует дальнейшего уточнения и анализа.

Сам термин «голофразис» состоит из двух элементов: *holo*, то есть «целый, общий», и *phrasis*, что означает «выражение, фраза». Указанные компоненты отражают суть голофразиса: фраза или даже предложение начинает восприниматься как одна целая и неделимая мысль. И. В. Арнольд выделяет голофразис (или *quotation compound*) в английском языке как специфическую группу сложных слов. Группа включает в себя элементы или фразы, которые объединены функцией атрибута и впоследствии связаны фонетически (ударением), графически (дефисом или написаны слитно) [2, с. 122].

В научной литературе до сих пор не обнаруживают единого термина для данного феномена. Подобные словообразования называют «фразовыми композитами», «поликомпонентными окказиональными образованиями синтаксического типа», «компрессивами» [5, с. 154], «сложными словами синтаксического типа», «метафорической транспозицией» [5, с. 155]. В качестве основы мы возьмем широкое определение голофразиса как слияния в одно слово словосочетания, предложения или нескольких предложений [3, с. 21].

Большинство голофрастических конструкций рождаются и функционируют в художественных текстах и носят окказиональный характер, то есть не соответствуют общепринятому употреблению. Они обладают выразительностью, являются средством создания образности, придают речи уникальные характеристики, атмосферность и т.д., представляя одновременно и характерной чертой авторского идиостиля. Исследователи выделяют следующие функции голофрастических конструкций: конденсация информации, основанная на принципе языковой экономии, заполнение пробелов в наименовании, реализация стилистических эффектов [10, с. 129], создание возможностей для «осмысления» и «переосмысления» информации, содержащейся в них [5, с. 12], сжатие информации и оживление повествования [3, с. 6].

Одно из свойств голофрастической конструкции как средства объединения слов заключается в том, что оно позволяет создать понятие, характеризующее объект с разных сторон, дает представление об объекте как многоаспектном, многостороннем элементе действительности [6, с. 274]. Значительным преимуществом их использования является представление целостной картины и при этом экономия речевых усилий, дает возможность кратко и емко передать сущностные характеристики и личностную оценку объекта или ситуации, избежать автоматизации восприятия и сконцентрировать внимание реципиента о высказываемом суждении (внешняя нестандартность конструкции привлекает внимание к семантике). Большинство таких многокомпонентных единиц не отмечено в словарях и не выходят за рамки контекста, в котором и употребляются. Голофрастические конструкции как окказиональные образования являются результатом сознательного творческого использования правил словообразования или же, наоборот, сознательного нарушения их. В этом смысле такие конструкции могут трактоваться как вариант языковой игры, создавать комический эффект, поэтому их перевод зачастую не может быть дословным.

По числу компонентов голофрастические структуры подразделяются на трехкомпонентные и многокомпонентные. Структура голофрастической единицы может быть представлена словосочетанием, фразой или предложением. Базой для голофрастических структур выступают различные синтаксические структуры: двусоставное простое предложение, односоставное предложение, комбинация различных типов односоставных предложений, сложное предложение; также они могут быть построены на базе нескольких предложений с разной синтаксической структурой. Во многих случаях англоязычная голофрастическая конструкция не может иметь в русском языке аналога, который бы полностью совпадал с ней с точки зрения лексического значения и совокупности формальных грамматических особенностей, что также обуславливает сложности перевода таких конструкций.

Для графического оформления голофрастических конструкций преимущественно используется дефисное написание, но также имеет место и недефисное написание, обособление кавычками, написание слитно, через косую черту, а также разделение точками.

Современные авторы все чаще используют в своих работах различные типы голофрастических конструкций. В силу своей актуальности и новизны данный прием добавляет оригинальности и, безусловно, привлекает внимание читателя. За основу нашего исследования был взят роман «Бумажные города» американского писателя Джона Грина. Было замечено активное использование голофрастических конструкций различных типов и форм. Наиболее частотным является использование графического оформления дефисного типа, а также слитное написание. Большинство конструкций являются

двухкомпонентными, но не редко встречаются голофрастические единицы, представленные словосочетанием, фразой или даже целым предложением.

Рассмотрев основные характеристики и функции голофрастических конструкций с теоретической точки зрения, перейдем к анализу англоязычных голофрастических конструкций. Приведем ряд показательных примеров, взятых из одноименного романа Джона Грина “Бумажные Города”.

Как уже было сказано ранее, самыми частотными являются двухкомпонентные голофрастические конструкции. Например: “steam-hot day” - данная голофрастическая конструкция была использована автором для описания дня, в котором оказались герои книги; “half-dried fountain” - используется для описания одного из фонтанов, которые герои книги обнаружили еще в раннем детстве; “olive-skinned creature” - подобная голофрастическая конструкция была использована для описания одного из друзей главного героя; “candy-coated honeybunny” - конструкция в данном случае используется от лица друга главного героя, для описания девушки.

Не являются редкостью и трех- и более компонентные голофрастические конструкции, такие как: “closed the door almost-all-the-way” - конструкция была использована для описания действия, которое совершила главная героиня; “Radar’s I-guess-girlfriend” - использовалась для описания девушки одного из друзей главного героя; “we weren’t meet-in-the-dead-of-night-wearing-black-face-paint friendly” - данная голофрастическая конструкция является десятикомпонентной и послужила для описания дружбы между главными героями; “god-only-knows-what disease” - данная конструкция одна из немногих, которая может быть переведена на русский язык при сохранении исходного смысла голофрастической конструкции; “not my-boyfriend-is-an-ass wrong” - использовалась для описания мыслей в голове главного героя; “I-will-miss-hanging-out-with-you” - конструкция использовалась для передачи чувств главного героя.

Также стоит отметить наличие голофрастических конструкций, представленных в слитном графическом виде. Например: “Margowegottagohomeandtell” - конструкция была использована, чтобы передать факт того, что фраза произносилась очень быстро и не совсем внятно, когда главные герои обнаружили труп в центре парка; “Good morning, sleepyhead” - так прозвала нашего главного героя его мама; “distinctlynaughty” - конструкция использовалась для описания подруги главной героини; “smackdown” - конструкция была использована другом главного героя для передачи дальнейшего действия; “I didunderstand” - конструкция была использована, когда главный герой понял, что его любовь еще вернется.

Стоит отметить, что является не возможным показать все голофрастические конструкции, которые были использованы в данном произведении. Практически каждая страница книги содержит ту или иную конструкцию. Из этого можно сделать следующий вывод. Голофрастические конструкции позволяют охарактеризовать понятие, описывающее объект с разных сторон, дает представление об объекте как многоаспектном, многостороннем элементе действительности. Данные конструкции активно использует в своих произведениях Джон Грин. Голофрастические конструкции являются особым стилем писателя, без которого его произведения не имели бы столь ошеломительный успех и популярность.

### Литература и источники

1. Антюфеева Ю. Н. Английские новообразования в развитии: потенциальное слово, окказионализм, неологизм: дисс. ... д. филол. н. Тула, 2004. 184 с.
2. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык: учебник для вузов. Изд-е 5-е, испр. и доп. М.: Флинта; Наука, 2002. 384 с. 230 Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2020. Том 13. Выпуск 1

3. Бердова Н. М. Коммуникативно-стилистическая характеристика окказиональных словообразований // Лексика и текст: сборник научных трудов / отв. ред. Е. В. Розен. Калинин: Калининский государственный университет, 1983. С. 3-10.

4. Валгина Н. С. Активные процессы в современном русском языке: учебное пособие для студентов вузов. М.: Логос, 2003. 304 с.

5. Горбунова Н. Г. Языкотворчество Дж. Джойса: словообразовательный аспект (на примере романа «Улисс»). М.: Наука, 2001. 261 с.

6. Девдариани Н. В., Рубцова Е. В. Особенности когнитивной модели расшифровки значения инкорпоративных конструкций // Балтийский гуманитарный журнал. 2019. Т. 8. № 3 (28). С. 274-276.

7. Ковынева И. А. Голофразис как способ словообразования в русском языке: дисс. ... к. филол. н. Орел, 2007. 175 с. 8. Корытова О. М. Когнитивное пространство словосращения (на материале русского и английского языков): автореф. дисс. ... к. филол. н. Тверь, 2006. 19 с.

8. Грин Джон. Бумажные города (без перевода на русский язык). – М., 2008 г.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Ермолаева Е. Н., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

УДК 81

## ОСОБЕННОСТИ ОБЫДЕННОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ АНГЛИЧАН И РУССКИХ

*Балацкий И. В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

В статье рассматриваются особенности обыденного политического сознания двух культур — русской и британской. В данной работе представлено исследование, проводившееся методом контент-анализа по системе Д. А. Добросклонской, путем анализа комментариев русскоязычных и англоязычных пользователей сети интернет. С помощью предложенного метода можно выделить следующие компоненты: денотативный и ассоциативный уровни, метафору, эмоционально-экспрессивные выражения. Объектом в статье выступает политическая психология, которая относится к одному из уровней политического сознания. Цель предпринятого исследования — сравнить комментарии русскоязычной и англоязычной аудитории на новостных политических порталах. Для ученых на сегодняшний день представляют ценность знания о политическом дискурсе, поскольку дискурсивный подход помогает достичь взаимопонимания между людьми. Актуальность представленной проблемы обусловлена повышающимся интересом к политике, то есть статья адресована, в первую очередь, политикам, дипломатическим деятелям и т.д.

**Ключевые слова:** политическое сознание, обыденное политическое сознание, политический дискурс, аспекты политической жизни, эмоционально-экспрессивные и ассоциативные комментарии.

## FEATURES OF ORDINARY POLITICAL CONSCIOUSNESS OF ENGLISH AND RUSSIANS

*Balatsky I. V.*

Kemerovo State University

The article examines the features of the everyday political consciousness of two cultures — Russian and British. This paper presents a study conducted by the method of content analysis according to the system of D. A. Dobrosklonskaya, by analyzing the comments of Russian-speaking and English-speaking Internet users. With the help of the proposed system, the following components can be distinguished: denotative and associative levels, metaphor, emotional and expressive expressions. The inclusion of such components as political consciousness, political behavior, and political values in society determine the everyday political consciousness of culture. The object of the article is political psychology, which belongs to one of the levels of political consciousness. The aim of the study is to compare the comments of the Russian-speaking and English-speaking audience on political news portals. For scientists today, knowledge about political discourse is valuable, since the discursive approach helps to achieve mutual understanding between people. The relevance of the article is due to the growing interest in politics, that is, first of all, politicians, diplomatic figures, etc.

**Keywords:** political consciousness, everyday political consciousness, political discourse, aspects of political life, emotionally expressive and associative comments.

**Введение.** На сегодняшний день политика занимает одно из центральных мест для дискуссий между людьми одной культуры либо среди людей разных культур. Данная статья посвящена изучению политического сознания в русскоязычной и англоязычной культурах. Их отношение к политике формируется благодаря повседневным наблюдениям. Большинство людей воспринимает политику как что-то обыденное, само собой разумеющееся. Кто-то выдерживает нейтральную позицию, кто-то заинтересован в политике, но рано или поздно большинство людей испытывают влияние со стороны политики. Благодаря пропаганде выборов, телевидению, люди принимают решение, что же делать дальше: кто-то все так же выдерживает нейтралитет, кто-то идет на выборы и т.д.

Цель предпринятого исследования – сравнить в лингвокультурологическом аспекте комментарии русскоязычной и англоязычной аудитории. Актуальность данной статьи обусловлена повышающимся интересом к политике.

Политическое сознание содержит в себе определенное количество областей и уровней. На первом уровне можно рассмотреть субъекты, которые охарактеризованы с позиции их культурных особенностей. Здесь можно судить о политическом портрете человека или же всего общества. Как правило, это главные фрагменты в системе политического сознания. Объектом политического воздействия является не что иное, как сама политическая система. Культура так же отражает различные нюансы и аспекты политической жизни. Внутренний состав культуры содержит в себе все различные вариации политического сознания, а форма - взаимосвязь компонентов друг с другом. Политическое поведение общества характеризует культурный уровень развития народа.

Внутреннее строение политического развития обусловлено его составляющей. В пределах исследовательской работы его можно представить как единую целостную структуру, имеющую массу различных компонентов, которые, в свою очередь, связаны между собой взаимобратными связями.

Политические ценности являются ключевым параметром в политической культуре. В «Политологическом энциклопедическом словаре» отмечается, что политические ценности - это не что иное, как различные объекты и факторы данной сферы, которые жизненно необходимы человеку для своей самореализации как личности.

Итак, на основе наших рассуждений можно утверждать, что политические ценности – это своеобразные ориентиры, принятые обществом. Это политические установки, отражающие значимость политики для всего общества в целом. Политические ценности предстают перед нами как субъективные, но весомые и значимые единицы.

**Эмпирическое исследование.** Для проведения исследования мы обратились к работе Д. А. Добросклонской и выбрали метод контент-анализа.

Данный метод основан на рассмотрении содержимого медиатекста, его смысловых единиц [Добросклонская 2008: 51]. Возможности интернета сегодня безграничны, многие люди, заинтересованные в политике, могут оставлять комментарии под разными постами на новостных порталах, отвечать на другие комментарии и даже писать целые статьи. Придерживаясь темы нашего исследования, мы остановимся только на комментариях от пользователей, выступающих в роли адресанта и адресата.

Для примера были выбраны медиатексты информационно-аналитического типа. Данный тип позволяет более подробно рассмотреть ядро объекта внимания читателей.

Выбранная классификация текстов является как имплицитной, так и эксплицитной. В них можно найти различные языковые средства и выражения обиходного типа.

Метод контент-анализа помогает отнести любой фрагмент высказывания к конкретному уровню. Рассмотрим культурно-специфичные единицы, употребляемые на новостных порталах относительно вышеописанной схемы. Единицы денотативного уровня, как

правило, представлены в основном именами собственными. Это имена различных субъектов политики: политиков, государственных учреждений и т.д.

К коннотативному уровню можно отнести выражения, встречающиеся у людей, которые являются представителями обыденного политического сознания. В основном такие выражения употребляются в повседневной речи, соответственно, имеют разные степени коннотации в разных группах людей. Они отражают особенности национального мировоззрения. Подобная схема позволяет авторам статей концентрировать внимание читателей на своих статьях.

Рассмотрим две статьи: одну с русскоязычного портала *Новая газета*. Название: “*Мэрия Омска в соцсетях призвала проголосовать за поправки в Конституцию, которые «помогут врачам справиться с любой заразой»*». Автор – Георгий Бородянский; вторая с англоязычного портала.

Единицами денотативного уровня в данной статье выступают: *Жители России; Владимир Путин; Кремль*. В статье Георгия Бородянского можно сразу же выделить эмоционально-экспрессивные коннотации типа: “*Зараза*”, “*Наши врачи*”. Ассоциативный уровень статей проявляется уже в комментариях. Так, можно встретить комментарий: “*Сперва бы дожили до голосования, а потом глотки драли*”. На ум сразу же приходит цитата Альберта Эйнштейна, который говорил: “*Две вещи бесконечны: Вселенная и человеческая глупость, и я еще не уверен насчет вселенной*”. Также мы встретили другой комментарий: “*Кто о чем, а вишый о бане*”. Здесь можно привести ассоциативную поговорку из русского языка: “*А Васька слушает да ест*”.

Теперь сравним данную статью с ее зарубежным аналогом. Публикация “*What happens after Brexit? Everything you need to know*”. Автор: Les Steed.

В роли денотативных единиц выступают следующие термины: *Boris Johnson; The British citizens; Trump*. В качестве эмоционально-экспрессивного выражения можно привести такие выражения как: “*Make brexit sexy*”; “*Land of hope and glory*”. Ассоциативный уровень статей так же проявляется в комментариях. Можно встретить комментарий: “*Rory Stewart promised to eat his hat*”. На ум сразу же приходит русская поговорка: “*Зуб даю*”.

На основе сравнения данных примеров можно сделать вывод, что в отечественных новостях, по сравнению с зарубежными, преобладает больше примеров ассоциативного уровня.

Рассмотрим другую статью портала *Коммерсантъ*. Денотативными единицами являются: *Владимир Путин; Государство; Самозанятые граждане; Медики*.

В роли ассоциативного уровня можно увидеть комментарий типа: “*Я умываю руки, Как проблема – так в кусты*”. Можно провести аналогию с русской поговоркой: “*Моя хата с краю, ничего не знаю*”. В качестве экспрессивно-эмоциональных комментариев можно привести следующий пример: “*Ржу не могу! До колик*”; “*Динамо, конечно, полное*”; “*Позорище!*”

В роли примера для сравнения мы выбрали статью “*Keep calm and carry on!*” Денотативные единицы здесь следующие: *Queen Elizabeth; Princess Diana; Princess Margaret; The Brits*. В данной статье отсутствуют высказывания ассоциативного типа. В качестве экспрессивно-эмоциональных выражений можно выделить следующее словосочетание: “*Old Ba*”t; “*Best ambassador*”.

В качестве третьего примера нами была рассмотрена статья с уже вышеупомянутого сайта “*Новая газета*”. Название статьи: “*Неучтенные. Реальная смертность от COVID-19*”.

Денотативными единицами являются: *доцент Татьяна Михайлова; Доцент Сергей Тимонин; Владимир Путин*. Примеры ассоциативного ряда: “*Не вешайте лапшу на уши!*” можно сравнить с другим выражением: “*Пускать пыль в глаза*”. Есть примеры и с экспрессивно-эмоциональной лексикой: “*Народ отряхнетя, и вы ошпаритесь!*”

Мы сравнивали данную публикацию с вышеописанным иностранным аналогом: “*Hope on Horizon*”. В роли денотатов здесь выступают: *Matt Hancock*; *Dr.Mary Ramsay*; *The Brits*. В роли ассоциативных элементов было выделено следующее выражение: “*Matty Hancock is a colossus in the politic world*”. Можно провести аналогию с русским выражением - “*Гигант Мысли*”. В качестве эмоционально-экспрессивного изречения было выделено “*Jeez*”.

В ходе данного исследования было выявлено, что на отечественных интернет-сайтах встречаются гораздо более эмоциональные и насыщенные комментарии, нежели на зарубежных. Во всех трех примерах в представленных комментариях нетрудно заметить, что изречения русских интернет-пользователей более экспрессивные и эмоциональные. Они содержат в себе достаточно много примеров ассоциативного типа, которые сразу же бросаются в глаза.

**Выводы.** Проведя эмпирическое исследование, анализируя отечественные и зарубежные комментарии, нам удалось выяснить, что комментарии российских пользователей являются более насыщенными и эмоциональными, нежели интернет-отклики наших зарубежных коллег, они содержат в себе большее количество как экспрессивно-эмоциональной лексики, так и ассоциативных терминов.

#### Литература и источники

1. Добросклонская, Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ / Т.Г. Добросклонская. 2008. С. 51.
2. Новостной сайт «Новая газета». Электронный ресурс: <https://novayagazeta.ru/news/2020/04/10/160592-meriya-omska-v-sotssetyahprizvala-progolosovat-za-popravki-v-konstitutsiyu-kotorye-pomogut-vrachamspravitsya-s-lyuboyu-zarazoy>
3. Новостной сайт «The Sun». Электронный ресурс: <https://www.thesun.co.uk/news/brexit/10717266/what-happens-after-brexit/>
4. Новостной сайт «Коммерсантъ». Электронный ресурс: <https://www.kommersant.ru/doc/4341878>
5. Новостной сайт «The Sun». Электронный ресурс: <https://www.thesun.co.uk/news/11332902/queens-speech-2020-when-elseaddressed-nation/#comments>
6. Новостной сайт «The Sun». Электронный ресурс: <https://www.thesun.co.uk/news/11898476/uk-death-rate-normal-time-of-year-covid-epidemic-shrinks/>

*Научный руководитель – д-р филол. наук, профессор Н.В. Мельник ФГОУ ВПО “Кемеровский государственный университет”.*

УДК 821.111

#### ЛОГИКО-ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ ОТРАЖЕНИЯ ТЕОРИИ ВОСПРИЯТИЯ В ТРУДАХ АНГЛИЙСКИХ ФИЛОСОФОВ XX ВЕКА

*Ермакова П. М.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[pollypeshkova@mail.ru](mailto:pollypeshkova@mail.ru)

В статье предпринимается попытка охарактеризовать преобразования, затрагивающие преимущественно английскую интеллектуальную культуру и философскую традицию

475

первой половины XX столетия, которые в рассматриваемый период активно развивались и наращивали свое влияние. Принципы рационализма и анализа, а также аналитическое мышление в философии начали последовательно сменять господствовавшую во второй половине XIX века концепцию абсолютного идеализма. Ввиду тесной взаимосвязи аналитического направления мыслительной традиции и философии восприятия в данной статье изучаются схожие черты и общие признаки, типичные для работ, посвященных теории чувственных данных. Среди них такие особенности, как отношение к языку как к самостоятельному объекту исследования, стремление к однозначности и семантической точности используемых терминов, избегание широких обобщений и метафоричности в философском языке, строгость мысли и ориентация на науку. В работе отмечается, что с наступлением нового столетия ключевую роль начинает играть аналитический подход в философии, становится заметно, как в рамках теории восприятия личный опыт отдельного индивида обретает все большую ценность, а также подчеркивается независимость предмета познания от сознания и познавательных актов человека.

**Ключевые слова:** аналитическая философия, философия восприятия, теория чувственных данных, индивид, рефлексивный опыт.

## LOGICAL AND LINGUISTIC PRINCIPLES OF PERCEPTION THEORY IN ENGLISH PHILOSOPHICAL TRADITION OF THE XX CENTURY

*Ermakova P. M.*

Kemerovo State University

The paper studies the transformations affecting the British philosophical tradition of the first half of the XX century which developed and increased their influence during the period under review. The principles of rationalism and analysis, as well as analytical thinking in philosophy started to replace the concept of absolute idealism that prevailed at the end of the XIX century. Due to the close connection between the analytical theory and the philosophy of perception, the article examines the similarities that are typical of sensory data publications such as attitude towards the language as an independent research object, pursuit of semantic accuracy of the terms used, avoidance of broad generalizations and metaphors and focus on science. Once the analytical approach in philosophy starts playing a key role, it becomes clear how the personal experience of an individual within the framework of the theory of perception is gaining value, and the subject of knowledge becomes independent of a person's consciousness and cognitive acts.

**Key words:** analytic philosophy, philosophy of perception, theory of sense data, individual, reflexive experience.

Начало XX столетия характеризуется философской переориентацией, в основном характерной для английской мыслительной традиции. На смену абсолютному идеализму, владевшему умами авторов во второй половине XIX века, приходят принципы философского рационализма и анализа. Если сторонники абсолютного идеализма признавали нереальность всех явлений и свойств объективного мира, бессилие рационального мышления и человеческого опыта, а также господство целого над отдельными, конечными явлениями, то мыслители-аналитики, в противовес идеалистам, провозгласили независимость предметов познания от сознания человека и выступили за решение философских проблем посредством их ясной репрезентации, адекватного соотношения вербального и реального.

Необходимо отметить, что аналитическая философия сложилась не как концепция, безусловно принимаемая различными мыслителями и философскими школами, а, скорее, как техника философского анализа, предусматривающая четкое соотношение языка и реальности [4, с. 31]. Данное направление привлекло авторов, хотя и придерживавшихся различных взглядов и вовлеченных в разные области философии, но вместе с тем заинтересованных в развитии аналитической методологии. Некоторые исследователи

предлагают понимать данное направление не как единую теорию, а как определенный стиль философского мышления, аналитический подход к постановке проблем и выявлению структуры мысли [3, с. 13; 87].

В связи с этим круг мыслителей, которых можно отнести к аналитическим философам, достаточно размыт, так как «их объединяет не столько тематика или тип философских концепций, сколько стиль работы» [5, с. 6]. Общим условием, которое позволяет свести всю эту совокупность к единому наименованию, сегодня считается наличие некоторых особенностей аргументации и письма в качестве рабочего способа философствования.

Точную дату зарождения аналитического направления определить невозможно, так как у исследователей нет единого мнения по поводу того, какой труд считать основополагающим для данной философской традиции. Одними из первых мыслителей, в чьих работах наметилась переориентация с идеализма на рационализм, ученые называют кембриджских философов Дж. Мура и Б. Рассела. В их трудах анализируются вопросы о природе сознания и восприятии действительности, которые в дальнейшем будут рассматриваться также в монографиях таких авторов, как Ч. Брод и Г. Прайс. Таким образом, теория чувственных данных многими исследователями причисляется к аналитической мыслительной традиции [5, с. 7; 6, с. 63]. Соответственно, в монографиях процесс восприятия анализируется философами в контексте становления аналитической методологии с использованием характерных принципов: лаконичность, строгость и внимание к деталям.

В связи с трансформацией господствующих философских тенденций в начале XX столетия вопросы восприятия окружающего мира набирают актуальность и рассматриваются все более широким кругом мыслителей. В основном теория чувственных данных в первой половине XX века исследовалась английскими философами; популярность данного направления совмещалась с неоднородностью точек зрения авторов. Тем не менее, можно выделить черты, характерные для работ разных авторов в контексте философии восприятия. Таким британским мыслителям, как Дж. Мур, Б. Рассел, Г. Прайс и Ч. Брод свойственно отношение к языку не только как к средству передачи определенной информации, но и как к самостоятельному объекту исследования, так как человеческий язык обуславливает все многообразие сфер деятельности. Предложения и термины – лингвистические сущности – служили для авторов границей между познающим субъектом и знанием; по этой причине язык, использование тех или иных понятий являлось предметом пристального изучения в монографиях, посвященных теории чувственных данных и природе сознания; язык рассматривался как «исчисление, в какой-то мере аналогичное математическим теориям» [3, с. 16].

Распространение аналитической философии исследователи называют «лингвистическим поворотом», потому что именно анализ языка становится ключевой задачей мыслителей рассматриваемого периода [4, с. 22]. Для разных философских направлений, в том числе и для философии восприятия, ключевой становится ориентация на аналитико-языковое понимание природы и логико-лингвистический подход к решению тех или иных проблем. Философы аналитического направления четко разделяют осмысленные фразы и пустые выражения и стремятся к «прозрачному» соотношению реальности и языка, в отличие от представителей классической философии, работы которых не имеют смысла с точки зрения логических языковых норм [3, с. 18]. Авторы избегают обширных, семантически неопределенных обобщений, интуитивных рассуждений, стремятся к точности и однозначности.

Еще одной особенностью, объединяющей труды по философии восприятия рассматриваемого периода, является «различие между смыслом и значением языкового выражения, согласно которому всякое имя обозначает некоторый предмет и выражает некоторый смысл, определенным образом характеризующий значение имени» [3, с. 19]. В этом прослеживается определенный отход от метафорического изложения, характерного для предыдущих эпох, и стремление к однозначности используемых терминов – черты аналитической методики.

Несмотря на наличие в работах по теории чувственных данных различных, а иногда и диаметрально противоположных трактовок собственного субъективного опыта (от обобщения особой онтологии ощущений до их полной элиминации), мыслители сходятся в том, что адекватное объяснение субъективного, рефлексивного опыта – основания и критерия сознания – необходимая часть философии восприятия [2, с. 144-146]. Соответственно, в философии восприятия XX века обычный человеческий опыт обретает ценность, тогда как в предшествующей аналитическому подходу идеалистической концепции лишь абсолютный, то есть божественный опыт играл значимую роль и отождествлялся с действительностью.

Таким образом, XX столетие начинается с переосмысления философской традиции и широкого распространения аналитического стиля мышления среди британских авторов. Теория восприятия в рассматриваемый период занимает одно из центральных мест в философии и находит отражение в работах разных авторов. Несмотря на то, что мыслители, работавшие в рамках данного философского направления, в некоторых случаях направляли свое внимание на разные аспекты или же имели несовпадающие взгляды на идею о чувственных данных, в их трудах прослеживается определенная общность – отход от широких философских обобщений и абстракций, избегание метафор, предпочтение доказательной аргументации идей их эмоциональному воздействию; наблюдается желание авторов обосновать каждую выдвинутую теорию и стремление к логичности и строгости повествования.

#### **Литература и источники**

1. Price, H. H. Perception / H. H. Price. – London: Methuen & Co. Ltd., 1932. – 345 p.
2. Perceptual Experience: Both Relational and Contentful, *European Journal of Philosophy* 21, 2013. – p. 144-157.
3. Аналитическая философия / А.Л. Блинов, В.А. Ладов, М.В. Лебедев и др. М.: Издательство Российского университета дружбы народов, 2006. – 738 с.
4. Аналитическая философия: Становление и развитие (антология). Сост., вступ. статья и примечания А.Ф.Грязнова. М.: ДИК – Прогресс-Традиция, 1998. – 439 с.
5. Гаспаров И. Г., Левин С. М. Современная аналитическая философия сознания: вызовы и решения // *Epistemology & Philosophy of Science*. 2015. №2. – с. 5-19.
6. Фролов К. Г. Генри Прайс о природе чувственных данных // *Вестник СПбГУ // Философия и конфликтология*, 2014. №3. – с. 62-71.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Омеличкина С.В, ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

**УДК 81'42+659**

### **ИЗУЧЕНИЕ БЛОГЕРСКОЙ РЕКЛАМЫ В СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКЕ**

*Заборская Д.Е.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[zaborskaya9911@gmail.com](mailto:zaborskaya9911@gmail.com)

На основе анализа рекламных интеграций в русскоязычных, англоязычных и китайских видеоблогах была выявлена прагматическая функция рекламного сообщения – непосредственное воздействие на сознание и информирование потенциального потребителя о возможности приобрести тот или иной товар.

**Ключевые слова:** видеоблог, рекламная интеграция, воздействие, потребитель

## STUDYING BLOGGING ADVERTISING IN MODERN LINGUISTICS

*Zaborskaya D.E.*

Kemerovo State University

Based on the analysis of advertising integrations in Russian-, English- and Chinese-language video blogs the pragmatic function of the advertising message was revealed - the direct impact on the consciousness and informing the potential consumer about the possibility to purchase a particular product.

**Key words:** video blog, ad integration, impact, consumer.

Актуальность исследования состоит в том, что формулирование основных принципов успешных рекламных интеграций важны для дальнейшего продвижения и усовершенствовании рекламных сообщений и повышения их воздействия на потенциального потребителя.

В настоящее время явлению рекламы уделяется большое внимание. Поэтому не вызывает особого удивления сам факт, что язык рекламы становится объектом исследования многих современных лингвистов [5, с. 1]. Выбранная тема специфична и малоизучена, и поэтому востребована на современном этапе развития науки. Причина: тесная связь современных реалий с миром интернет — блогинга, основными пользователями которого выступают молодые люди — наиболее внушаемая и платежеспособная категория. Видеоблогинг — это качественно новое культурное явление, деятельность по формированию и представлению определенных образов и идей в форме видео-роликов [4, с. 363].

Пересечение традиционно «маркетинговой» темы с языкознанием напрямую указывает на тесную связь между информативным наполнением рекламы и ее потенциальным воздействием на сознание. Цель исследования — выявить основные принципы успешного рекламного сообщения в рамках разноязычных видеоблогов, сравнить их и определить эффективность.

В работе мы не только рассмотрели различные форматы современной рекламы, транслируемой в зарубежных и отечественных видеоблогах, но и определили способы воздействия рекламодателя на потребителя. Реклама агрессивно внедряется в медиaproстранство, более того, все больше манипулирует сознанием потенциальных потребителей.

В статье Е.С. Стрельниковой написано: «По словам современных исследователей, рекламный дискурс, являясь частью культуры, отражает не только уровень экономического развития общества, но и задает образцы поведения членов этого общества, влияет на речевую культуру людей. Поскольку влияние рекламы сказывается и на употреблении русского языка, то особый интерес в настоящее время вызывают работы, связанные с раскрытием лингвистических аспектов изучения рекламы» [5, с.1]. Именно язык интегрированной рекламы в видеоблогах в первую очередь оказывает влияние на потенциальных потребителей. В ходе исследования было отмечено, что подача рекламного сообщения в англоговорящих и китайских видеоблогах не имеет существенных отличий. Основное сходство, в большей степени влияющее на формат интегрированной рекламы от блогера — бессознательное стремление зарубежных блогеров продвигать идеологию своих стран, что обусловлено не только картиной мира, но также политической идеологией и влиянием СМИ. Российские блогеры меньше всего подвержены внешнему воздействию, поэтому формат отечественных рекламных сообщений существенно разнится с зарубежными.

Также мы определили факторы, способствующие успешной и эффективной рекламной интеграции в видеоблогах:

1. Установка доверительного контакта с целевой аудиторией и формирование имиджа блогера.
2. Ориентировка на прогрессивных пользователей интернет-ресурсов, влекущая за собой употребление сленга, затрагивание социально-значимых тем (ЛГБТ, феминизм, митинги и др.) и «нестандартную» подачу.
3. Завуалированная реклама, скорее схожая с советом, будет иметь больший успех (навязчивая реклама не приветствуется среди подавляющего большинства пользователей, даже среди российских и китайских пользователей, более лояльно относящихся к элементам пропаганды. Таким образом можно сделать вывод, что использование «hard sell» — устаревший и неэффективный вариант подачи рекламы).
4. Использование слов-магнитов, прямых обращений и призывов, без которых не обходится ни одна рекламная интеграция. Многие исследователи доказывают: даже если нам кажется, что мы не замечаем рекламные объявления и баннеры, они все равно отпечатываются в подсознании [2, с.186].

Вывод: дивертисментные платформы уже давно выступают как прямые конкуренты телевидению и радио, тем самым привлекая внимание заказчиков, желающих рекламировать свой товар. Это отличный шанс для компаний, предлагающих продукт и готовых разрабатывать медиаплан, опираясь на бюджет, количество взаимодействий, протезное значение стоимости с креативом, прогноз перехода на сайт, прогноз конверсий перешедших на сайт в покупку, прогноз стоимости конверсии, бюджет на контент, бюджет на сервис рассылок, бюджет на продвижение рассылки, количество подписчиков (накопительное), open rate (количество открытых писем) [6, с.124].

Тем не менее, блогеры, выступающие исполнителями, зачастую не способны качественно оформить рекламное сообщение из-за некомпетентности. Различные ошибки в подаче влекут за собой ряд неудач, отрицательно влияющих на желание потенциальных покупателей приобрести тот или иной товар. Таким образом, в связи с ростом и развитием блогерской среды, необходимо понимать основные принципы эффективной интегрированной рекламы в видеоблогах и использовать их для создания качественного воздействующего механизма, увеличивающего рост продаж.

Рассмотренные проблемы требуют более дельного исследования и проведения опроса среди пользователей отечественных и зарубежных интернет-площадок (YouTube, WeiBo, ТаоВао и др.).

#### **Литература и источники**

1. Башловкина, Ю. А. Классификация форматов видеоблога на российском сегменте You-Tube: жанры и поджанры / Ю. А. Башловкина // Человек в информационном пространстве. Ярославль, 2019. С. 205-207.
2. Бурдюгова Е. В. Продвижение бренда в блогосфере // Интернет-маркетинг. — 2015. № 3 (87). С. 186-196 [Электронный ресурс]. — URL: <http://grebennikon.ru/article-cyiz.html#preview> (дата обращения: 10.03.20).
3. Гавриков, А. В. Интернет- маркетинг. Настольная книга digital-маркетолога / А. В. Гавриков, В. В. Давыдов, М. В. Федоров. Москва: АСТ, 2020. 124 с.
4. Могилевская, Г. И. Videоблог как канал коммуникации: особенности и перспективы развития / Г.И. Могилевская, В.О. Крецу, Д.О. Крецу // Аллея науки, 2018. № 10. С. 362-366.

5. Стрельникова, Е. С. Реклама как объект изучения в современной лингвистической литературе / Е. С. Стрельникова // Вестник ВолГУ. Серия 2: Языкознание. 2006. № 5. С. 62-68.

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

УДК 811.161.1'38

## РЕЧЕВОЙ ЭТИКЕТ В РУССКОМ И ЧЕШСКОМ ЯЗЫКАХ (НА ОСНОВЕ ОТКРЫТЫХ ИСТОЧНИКОВ)

*Коровина Я.А.*

ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»

[yana.korovina.1999@mail.ru](mailto:yana.korovina.1999@mail.ru)

Данное исследование посвящено изучению речевого этикета в русском и чешском языках. Рассмотрены особенности языковых мировоззрений (русского и чешского) через этикет вежливости. Социальное поведение, отражающееся, в частности, в речевом поведении носителя языка, является неотъемлемой частью межличностных отношений и привлекает внимание лингвистов, что определяет актуальность исследования. На основе проведенного лингвистического анализа материалов на русском и чешском языках были обнаружены специфические черты речевого этикета данных языков, что позволило установить некоторые закономерности экстралингвистического и внутриязыкового развития данных национальных картин мира. Происходящие в настоящее время процессы глобализации мирового сообщества, тенденции к стандартизации и типизации актуализировали вопросы межнациональных контактов и поликультурного взаимодействия. Данные явления вызывают значительные изменения в социальной, политической, этнической, экономической и культурной сферах, приводят к созданию нового культурного социума. Идеи взаимовлияния, объединения, культурного обмена выступают в качестве катализатора взаимодействия разных стран, представителей разных этнических, языковых, религиозных и социокультурных групп. При этом возникает проблема сохранения многообразия самобытных этнических культур, находящихся в активном диалоге и взаимодействии друг с другом.

**Ключевые слова:** речевой этикет, русский язык, чешский язык, картина мира, формы вежливости.

## SPEECH ETIQUETTE IN RUSSIAN AND CZECH (BASED ON OPEN SOURCES)

*Korovina Y.A.*

Kemerovo State University

This study is devoted to the study of speech etiquette in Russian and Czech. Peculiarities of linguistic worldviews (Russian and Czech) through courtesy etiquette are considered. Social behavior, reflected, in particular, in the speech behavior of a native speaker, is an integral part of interpersonal relations and attracts the attention of linguists, which determines the relevance of the study. Based on the linguistic analysis of materials in Russian and Czech, specific features of speech etiquette of these languages were discovered, which made it possible to establish some patterns of extralinguistic and intra-linguistic development of these national paintings of the world. Processes of globalization of the world community occurring now, tendencies to standardization and typification staticized questions of interethnic contacts and polycultural interoperability. The given phenomena cause considerable changes in social, political, ethnic, economic and cultural

areas, bring into being new cultural society. Ideas of interference, association, a cultural exchange represent itself as the catalyst of interoperability of the different countries, representatives different ethnic, language, religious and социокультурных groups. Thus there is a problem of conservation of variety of the original ethnic cultures which are being active dialogue and interoperability with each other.

**Keywords:** speech etiquette, Russian language, Czech language, picture of the world, forms of courtesy.

В эпоху глобализации очень важно знать аспекты речевого этикета различных национальных культур для осуществления международной коммуникации. При овладении культурой общения человеку необходимо ориентироваться в ситуации коммуникации, подстраиваться под социальные признаки, владеть различными формами общения. Сферу общения между людьми регулирует *речевой этикет*, под которым мы подразумеваем «регулирующие правила речевого поведения, система национально специфичных стереотипных, устойчивых формул общения, принятых и предписанных обществом» [1]. Речевой этикет является одним из компонентов национальной картины мира, что обуславливает актуальность его изучения специалистами различных гуманитарных областей. Одним из методов исследования данной сферы является сравнительный анализ речевого этикета разных языков. Интерес к сопоставительному изучению языков обусловлен практической и теоретической значимостью сравнения языков, в частности, с целью создания эффективной методики преподавания в иноязычной среде [2].

*Цель* статьи состоит в изучении особенностей языковых мировоззрений (русского и чешского) через этикет вежливости. Исследование выполнено на материале открытых источников (русско-чешских разговорников, телепередач, подкастов, социальных сетей). *Выбор* данного материала обусловлен современной тенденцией к глобализации и усилению влияния средств массовой информации на общество.

*Методология* исследования базируется на трудах таких отечественных ученых, как Н. И. Формановская, П. Тучны [3], В. Н. Ягодинский [4], А. А. Акишина [5], а также чешских лингвистов – L. Špaček [6], J. Kursevičová, V. Vilímek [7], которые изучали речевой этикет русского и чешского языков и их влияние на культуру общения языковых носителей.

Речевой этикет на любом языке предполагает определенную парадигму этикетных формул, использующихся в той или иной ситуации коммуникации. Данные этикетные формы формируются с помощью лексической базы языка и его грамматических норм. Речевой этикет включает в себя множество элементов, влияющих на процесс коммуникации, что дает возможность ученым рассмотреть его в различных аспектах. В нашем исследовании речевой этикет рассмотрен в аспекте таких областей, как социолингвистика, стилистика, семантика и грамматика, а также паралингвистика.

Несмотря на сходства между русским и чешским языками, порожденные типичностью коммуникативных ситуаций, в процессе лингвистического анализа были обнаружены и различия, отражающие те или иные особенности этноса.

Так, этикетная форма *обращения* с помощью личного местоимения в обоих языках имеет две формы («ты» и «вы»). Выбор этикетной формы зависит от социальных ролей говорящих, их взаимоотношений, степени знакомства и формальности коммуникации [1]. Анализируемые языки обнаруживают сходства в данной категории, ср. русское формальное («Вы могли бы зайти?») и неформальное обращение («Ты зайдешь?») с чешским («*Pane Smutný, mohl byste na minutku?*») и «*Petře, mohl bys na minutku?*»). Также рассмотрены другие формы обращений. и сопутствующие им этикетные формы. Первым шагом при обращении является привлечение внимания. Наиболее распространены в русском языке глаголы *простите* и *извините*, эквивалентом которым в чешском языке служит глагол *promiňte*. На чешском языке также активно используется глагол *prosim*, чей русский аналог – слово *пожалуйста* – может использоваться только в качестве сопровождения вышеупомянутых глаголов.

Тем не менее, наблюдается различие в использовании этикетной формы формального обращения. В русском языке более частотное обращение по имени и отчеству, в то время как в чешском языке зачастую используется звание или должность («*Pane doktore*»). Выявлены также различия на словообразовательном и лексическом уровне: суффикс «ка» в именах при обращении к лицу женского пола в русском языке имеет пренебрежительную коннотацию («*Светка*»), а в чешском языке несёт ласкательный оттенок («*Katka*»).

Другой способ подчеркнуть вежливый тон - это предложение типа «*Извините за беспокойство*». На чешском языке это звучит так: «*Promiňte, že obtěžuji*». Дифференциальное построение предложений в обоих языках подсказывают нам, что нужно обратить внимание на соединение глаголов *извините* / *простите* в отличие от чешского *promiňte mi so*.

Формы приветствия на русском языке соотносятся с чешскими и не имеют явных различий, например, «приветствую вас» - «*Vítám Vás!*», «рад вас приветствовать!» - «*Jsem rád, že Vás mohu přivítat*». Обнаружены различия в категории прощания: в русском языке предлог «до» указывает на временную границу разделения («*до скорой встречи*»), а в чешском - такой предлог не используется. Заменой ему служат этикетные формы «*Brzy na viděnou* / *Na shledanou zítra*».

Этикетные формы просьбы и поздравления в русском и чешском языке также соотносятся. Аналогичное синтаксическое построение предложений в императивной форме объясняется близкородственностью языков и сходством системы времен.

Анализ устных высказываний в различных коммуникативных ситуациях показал, что употребление литературных и нелитературных форм не подчиняется действию каких-то однозначных правил: речевое поведение не удается направлять, регулировать или же прогнозировать. Пользователи чешского языка, как и русского, зачастую могут прибегать к варьирующимся формам или же словам в зависимости от поставленной коммуникативной цели. Зачастую для них естественным является чередование литературных и нелитературных форм, удельный вес тех и других зависит от степени формальности или же неформальности ситуации. Наибольшее различие имеет категория вежливости – обращение. Большинство остальных этикетных форм в данных языках имеет одинаковое грамматическое строение и семантическое наполнение, различия наблюдаются только в некоторых формах.

#### Литература и источники

1. Формановская, Н. И. Речевой этикет - Русско-Французские соответствия – Справочник / Н. И. Формановская, Г. Г. Соколова - 2-е изд. - М. : Высш. шк., 1992. – 92 с.
2. Широкова, А. Г. Сопоставительное изучение грамматики и лексики русского языка с чешским языком и другими славянскими языками / Под редакцией А. Г. Широковой и Вл. Грабье. - Изд-во Моск. ун-та, 1983. - С. 312.
3. Формановская, Н. И., Тучны, П. Русский речевой этикет в зеркале чешского / Н. И. Формановская, П. Тучны. – М. : Русский язык, 1986. – 238с.
4. Ягодинский, В.Н. Наш этикет / В. Н. Ягодинский. - М.: Молодая гвардия, 1988. - 235 с.
5. Акишина, А. А. «Ты» и «Вы»: О русском речевом этикете / А. А. Акишина. – К.: 1991. – С.54-56.
6. Špaček, L. Nová velká kniha etikety / L. Špaček. – Praha: Mladá fronta, 2008. – 268s.
7. Kupcevičová, J. Ruská řečová etiketa / J. Kupcevičová, V. Vilímek ; Ostravská univ. Ostrava, Filoz. fak. - Ostrava : Univ. ostraviensis, Fac. philosophica, 2006. - 165 с.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Евпак Е. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

ПОЭТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС Л. СВИРСКОЙ

*Минакина С.К.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[minakina7412013@rambler.ru](mailto:minakina7412013@rambler.ru)

Тема данной статьи посвящена лингвистической проблеме- лингвоперсонологическому описанию авторских поэтических текстов Людмилы Свирской. В последние годы многими исследователями разрабатываются вопросы, связанные с явлением вариативности в языке и тексте, что обусловлено антропоцентризмом гуманитаристики. Актуальным представляется изучение лингвоперсонологической обусловленности текста вне естественной среды (в эмиграции). Актуальность настоящего исследования определяется также тем, что привлекается новый материал исследования - поэтические тексты эмигрантского периода Людмилы Свирской. Исследование связано с разработкой лингвоперсонологической проблематики на базе авторского русского эмигрантского текста. Результаты исследования демонстрируют, что языковая личность представляет знание о созданных ею текстах, обладающих определенным набором языковых характеристик, свойств, свидетельствующих о влиянии лингвистических и экстралингвистических факторов, и метаязыкового уровня владения языком.

**Ключевые слова:** лингвоперсонология, вариативность, Людмила Свирская, эмиграция, дискурс, языковая личность, поэтические тексты.

POETIC DISCOURSE L. SVIRSKOY

*Minakina S.K.*

Kemerovo state university

The subject matter of given article is devoted linguistic problem-the linguistic-personological to the description of author's poetic texts of Lyudmila Svirskoj. In recent years many researchers develop the questions connected with the phenomenon of variability in language and the text that is caused anthropocentrism of humanitarianism. Actual studying linguistics of personality is represented to conditionality of the text outside of a habitat (in emigration). The urgency of the present research is defined also by that the new material of research - poetic texts of the emigrant period of Lyudmila Svirskoj is involved. Research is connected with development linguistics of personality problematics on the basis of the author's Russian emigrant text. Results of research show, that the language person represents knowledge of the texts created by her possessing a certain set of language characteristics, the properties testifying to influence of linguistic both extralinguistic factors, and a metalanguage level of mastery of a language.

**Keywords:** linguistics of personality, variability Lyudmila Svirskaja, emigration, a discourse, the language person, poetic texts.

Цель настоящей работы состоит в анализе авторских поэтических текстов в русле лингвоперсонологической вариативности.

В современной лингвистической науке отмечается разнообразие подходов и аспектов анализа данного направления. Ими занимается: Ю.Н. Караулов, Н.Д. Голев, Л.Г. Ким, Н.В. Мельник, Е.В. Евпак и др.

Языковая личность определяется как индивид, сочетающий в себе совокупность знаний определенной языковой системы общепринятой в культурной речевой традиции и собственной системой языковых категорий, которые реализует в речевой деятельности.

Особенность языковой личности заключается в совокупности и взаимодействии языковых, речевых и коммуникативных компонентов, необходимых для участия в социальных контактах и коммуникативных актах, проявлении социальной активности.

Поэзия, как творческое выражение особенностей языковой среды автора, отражает личность автора, его лингвостилистические особенности.

Языковая личность представляет знание о созданных ею текстах, обладающих определенным набором языковых характеристик, свойств, свидетельствующих о влиянии лингвистических и экстралингвистических факторов, и метаязыкового уровня владения языком.

В. П. Нерознак впервые ввел термин «лингвоперсонология» в лингвистику, выделив два основных типа: 1) стандартная языковая личность, отражающая усредненную литературно обработанную норму языка, и 2) нестандартная языковая личность, которая отклоняется от установленных языковых образцов.

Способ применения типов в тексте связаны с тенденциями к персонализации и деперсонализации, в зависимости от индивидуально-авторской речи, личностных особенностей построения речемыслительной деятельности в процессе создания и восприятия текста.

Лингвоперсонология - наука о языковой личности, представленной двумя направлениями: 1) описание языка и стиля известных писателей и общественных деятелей и 2) описание языка определенного типа личностей.

Предметом изучения современной лингвистики является взаимодействие трех составляющих компонентов: человек – язык – культура.

Совокупность трех составляющих в их взаимодействии оказывает влияние на самые различные сферы социальной деятельности человека, формируя социального индивида.

Объектом лингвоперсонологии выступает языковая личность, которая проявляет и ведет себя по-разному в текстовой деятельности. Языковая личность представляет собой индивида, в совокупности психических, социальных и этических характеристик, выраженных посредством языка, воплощенного в тексте – индивидуализация личности посредством специфики применения языковой системы.

Термин «лингвоперсонологическое функционирование языка» введен профессором Н.Д. Голевым: «Данная гипотеза предполагает для её развития введение таких понятий, как лингвоперсонологическое функционирование языка и в связи с этим – его лингвоперсонологическое варьирование (имеется в виду функционирование языка в пространстве качественного разнообразия языковых способностей и вариативность результатов такого функционирования) и антропотекст как речевое произведение, рассматриваемое в антропологическом аспекте.

Одним из ярких представителей современного поэтического искусства, поэтесса из Чехии, является Людмила Свирская – победительница самого престижного конкурса среди поэтов русского зарубежья «Пушкин в Британии» (2018).

В настоящее время живет и работает в Праге, однако, как подчеркивает сама поэтесса: «Живу в Праге. Пишу по-русски. Мечтаю о мировой душе. Вообще-то я больше стихи пишу...Но в жизни иногда все так перемешивается!» [**Ошибка! Источник ссылки не найден.Ошибка! Источник ссылки не найден.**].

Особенностью творчества Л. Свирской является гармония и отсутствие драматизма, диалектическое единство мира социального и мира культуры, которые передаются через индивидуальность автора.

Лингвоперсонологический анализ творчества поэтессы представлен с позиции отражения в нем авторской манеры повествования.

Опираясь на базовые элементы чужой культуры, авторы создают новый элемент своей родной культуры, своеобразный синтез поэтического языка.

Поэзия Л. Свирской.

«Я обожаю город этот» - интеграция в инородную культуру, эмоциональное восприятие социально-культурного пространства «Чехии».

«Под старым небом черепичным!» - обращение и восприятие живого образа природы, представленное метафорой.

Противоречивость восприятия личностного сознания автора в пространстве культурологическом (на уровне национальной самоидентификации) и социально-культурной действительности «Не ирония, не насмешка: То ли русская, то ли чешка?».

Культурологический компонент национальной самоидентификации «Здесь, в чужом раю, Свою жизнь леплю: И борщи варю», национальный компонент «борщи».

Осознание отстранения от родной (русской культуры) «Мне мучительно стыдно От того, что не больно: Стали беды чужими, Как морские приливы...»

Специфика восприятия себя как представителя другой культуры передана лексемой «не наша»: «Речь певучая - "не наша"».

Лингвистические факторы - социально-культурная национальная среда, сформировавшая поэтический язык авторов.

Экстралингвистические факторы – социальная вариативность инородной (чужой) культурной среды, оказавшей влияние на изменения языковой системы поэтов. В их творчестве получили отражение социально-культурные компоненты городских реалий.

В творчестве Л. Свирской выявлена тенденция от текста к языковой личности – изменение языковой системы в пространстве чужой культурной и социальной действительности, синтезирование языка.

Особенностью творчества Л. Свирской является гармония и отсутствие драматизма, диалектическое единство мира социального и мира культуры, которые передаются через индивидуальность автора.

Лингвоперсонологический анализ текста представлен с позиции отражения в нем авторской манеры повествования.

Анализ вторичного текста - сопоставление разных текстов с исходным, текстом, выступающим материальным продуктом видения языковой личности.

Опираясь на базовые элементы чужой культуры, авторы создают новый элемент своей родной культуры, своеобразный синтез поэтического языка.

### **Литература и источники**

1. Голев, Н. Д. Лингвоперсонологическая вариативность языка // Известия Алтайского государственного университета. Серия «История, филология, философия и педагогика». – 2004 – №4. – Барнаул: Изд-во АлтГУ, 2004б. – С.41–46.

2. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – М.: ЛКИ, 2010 – 264 с.

3. Воркачев С. Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании // Филологические науки - 2001 - № 1. - С. 64-72

4. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. - Волгоград: Перемена, 2002.

5. Все стихи. Людмила Свирская. [Электронный ресурс] : «45-я параллель». - 2019. - № 33 (489) // Режим доступа [https://45ll.net/lyudmila\\_svirskaya/stihi/](https://45ll.net/lyudmila_svirskaya/stihi/) (дата обращения: 04.04.2020).

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Е.В. Евпак., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

**СЛОВО ГОДА В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ:  
ОПЫТ И РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ**

*Писаренко С.А., Кондратьев Е.А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[pisarenko\\_svetik@mail.ru](mailto:pisarenko_svetik@mail.ru)

2020 год стал одним из самых событийных за последнее время, начавшись с массового заражения новым вирусом COVID-19. В период пандемии лексический состав русского языка значительно обогатился новыми лексемами, повседневная речь пополнилась медицинскими и политическими терминами ввиду изменения привычного ритма жизни. В данной статье мы рассматриваем существующие в России исследования, определяющие самое популярное слово 2020 года, и демонстрируем собственный опыт с применением дистанционных технологий. В рамках нашей работы мы проанализировали, как авторитетные интернет-издания осуществляли сбор материалов, по какому ведущему принципу проводили исследование и к каким практическим результатам пришли. Это позволило нам выявить свой путь исследования с учетом сложившейся эпидемиологической ситуации. Актуальность состоит в абсолютной новизне работы и особом интересе науки и общества к периоду пандемии. Результаты исследования напрямую связаны с областной столицей Кузбасса и могут быть использованы в статистических данных муниципалитета.

**Ключевые слова:** пандемия, лексика, слово года, дистанционные технологии, интернет-издания.

**THE WORD OF THE YEAR DURING THE PANDEMIC: EXPERIENCE AND  
RESEARCH RESULTS**

*Pisarenko S. A., Kondratyev E. A.*

Kemerovo State University

The year 2020 has become one of the most eventful in recent times, starting with a massive infection with the new COVID-19 virus. During the pandemic, the lexical composition of the Russian language was significantly enriched with new lexemes, everyday speech was supplemented with medical and political terms due to the change in the usual rhythm of life. In this article, we review the existing research in Russia that determines the most popular word of 2020, and demonstrate our own experience with the use of remote technologies. As part of our work, we analyzed how authoritative online publications collected materials, according to which leading principle they conducted the research, and what practical results they came up with. This allowed us to identify our own research path, taking into account the current epidemiological situation. The relevance lies in the absolute novelty of the work and the special interest of science and society in the period of the pandemic. The results of the study are directly related to the regional capital of Kuzbass and can be used in the statistical data of the municipality.

**Keywords:** pandemic, vocabulary, word of the year, remote technologies, online publications.

В период пандемии 2020 года русский язык пополнился рядом медицинских и политических терминов, иначе актуализировал уже известные понятия. Это и вариации названия нового вируса (от научных до разговорных), и наименования средств индивидуальной защиты (СИЗ), и способы коммуникации людей, организация повседневного ритма, всемирного режима. Конечно же, все вышеперечисленное стало поводом для принципиально новых научных исследований.

Цель работы: проанализировать существующие исследования опытным путем выявить популярные слова 2020 года в речи жителей города Кемерово в период пандемии.

Указанной целью определяется постановка следующих задач:

- показать существующие исследования на определение рейтинга слов;
- определить собственный путь исследования посредством дистанционных технологий;
- провести опрос и представить результаты в таблицах и диаграммах.

В ноябре 2020 года интернет-издательство «ТАСС» опубликовало результаты проекта «Слово года», организованного Государственным институтом русского языка им. А.С. Пушкина [1]. Исследование по традиционной методике Института Пушкина выполняется в несколько этапов. Вначале специалисты отбирают наиболее значимые и обсуждаемые на русском языке темы. Руководитель проекта, доктор филологических наук Михаил Осадчий рассказал, что по результатам исследований фаворитом стало слово «самоизоляция». Победитель определялся по росту частотности использования на фоне трех предыдущих лет. Осадчий заметил, что из данного анализа было исключено слово "ковид", поскольку его до последнего времени не существовало и сравнивать было не с чем.

Авторитетное издание «Интерфакс» ко Дню русского языка опубликовало топ новых слов 2020 года по версии «Яндекса» [2]. В отличие от исследования Института Пушкина, где проводился анализ текстов, «Яндекс» ориентировался на поисковые запросы в последние годы. В списке можно не найти не только связанные с периодом пандемии лексемы, но и те единицы языка, которые создали социальные сети и современная культура. В 2020 году тройку таких новых слов составили "ауф" (выражение одобрения восхищения в значении "круто", "класс"), "локдаун" (резкое сокращение социальной активности по причине закрытия учреждений и запретов на передвижение) и "падра" (слово встречается в известной хип-хоп песне и конкретного перевода не приводится).

Слово «локдаун» является лидером по версии Альфа-Now (новостной блок от «Альфа-Банка»), а также зарубежных авторитетных изданий [4]. Этот факт доказывает значимость влияния пандемии и на межязыковое пространство.

Ежегодный конкурс «Слово года», организатором которого выступает известный филолог и литературный критик Михаил Наумович Эпштейн, предлагает интересный раздел – протологизмы [3]. В рамках данного конкурса участники на платформе социальной сети «Facebook» предлагают абсолютно новые слова. Так, глагол «зумить», образованный от названия популярного в период карантина приложения для видеоконференций, стремительно вошел в обиход и занял шестую позицию среди «Слов года».

Но не только тема пандемии захватила лексику русского языка, на волне популярности социальной сети «TikTok» в повседневную речь вошли совершенно новые слова и лексические конструкции – своеобразный сленг «TikТока». Такие лексемы как «краш», «кринж», «рофл» и т.д. пока не отражены в рейтингах известных изданий, но попали в результаты нашего исследования.

Используя опыт интернет-изданий по составлению рейтинга слов, изучив актуальные методы сбора и обработки информации, мы пришли к выводу, что наше исследование должно проходить в формате опроса на площадках популярных социальных сетей «Вконтакте» и «Instagram». Для дополнительного сбора и обработки информации нами был выбран сервис «Google.Foem», с помощью которого удобно составлять аналитику опроса по нескольким показателям. Нами было принято решение отказаться от традиционного анкетирования посредством раздачи бумажных носителей информации, так как это неактуальный и небезопасный способ в условиях пандемии.

Респондентам опроса было предложено заполнить три формы: указать пол, выбрать возрастную категорию и отметить три слова, наиболее популярных в речи участника. Этих данных достаточно для проведения исследования на определение рейтинга слов в речи кемеровчан в период пандемии.

В опросе приняли участие 143 респондента. Большинство – это информанты женского пола. Исследование проводилось по трем возрастным группам:

1. 12 – 15 лет
2. 16 – 25 лет
3. Старше 25 лет

Среди респондентов обучающиеся и педагоги МБОУ «СОШ №91», подписчики авторов исследования, сотрудники и студенты института филологии, иностранных языков и медиакоммуникаций (ИФИЯМ) и технологического института пищевой промышленности (ТИПП) Кемеровского Государственного Университета.

По результатам нашего исследования первую позицию в рейтинге слов 2020 года занимает слово «коронавирус», выбранное 34 респондентами. 28 человек указали популярным слово «дистант». Такой результат логичен, ведь среди участников опроса достаточно обучающихся и преподавателей высшего и среднего образования. Третью позицию занимает слово «маска», его указали 25 человек. Слова «пандемия», «карантин» и «изоляция» имеют схожие показатели, их выбрали 13 – 16 человек. Всего в исследовании выявлено 39 позиций.

Мы сопоставили результаты нашего исследования с результатами авторитетных интернет-изданий и проектов, пришли к выводу, что жители города Кемерово указывают популярными практически те же лексемы. Однако, существуют отличия, первым из которых является отсутствие слова «самоизоляция» в нашем рейтинге. Данное слово является лидером в проекте Института Пушкина. Причиной такого отличия можно назвать то, что наше исследование проводилось во второй половине 2020 года, когда были сняты некоторые ограничения и лексема успела утратить актуальность. Вторым отличием можно назвать наличие сленга социальных сетей в нашем опросе, ровно как и образовательных терминов по типу «ЕГЭ» и «диплом». Это напрямую связано с возрастными категориями респондентов, среди которых значительную часть составляют подростки 12 – 15 лет и молодые люди 16 – 25 лет, являющиеся студентами Кемеровского Государственного Университета.

#### **Литература и источники**

1. ТАСС [Электронный ресурс]: информационное агентство – Москва – режим доступа к ресурсу.: <https://tass.ru/obschestvo/9969207> (дата обращения: 26.11.2020)
2. INTERFAX [Электронный ресурс]: информационное агентство – Москва – режим доступа к ресурсу.: <https://www.interfax.ru/russia/712109> (дата обращения: 14.11.2020)
3. Сетевое издание «Комсомольская правда» [Электронный ресурс]: информационное агентство – Москва – режим доступа к ресурсу.: <https://www.kp.ru/daily/1712105.5/4344480/> (дата обращения: 28.12.2020)
4. Альфа-Now [Электронный ресурс]: информационное агентство – Москва – режим доступа к ресурсу.: <https://www.alfabank.by/about/articles/main/top-10-words/> (дата обращения: 10.01.2021)

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

**УДК 821.161.1-192:785**

### **ЭЛЕКТИВНЫЙ КУРС ПО ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЙ ПЕСЕННОЙ ПОЭЗИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ СТАРШИХ КЛАССОВ ШКОЛЫ**

*Смирнов С. А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[robbi.maks@gmail.com](mailto:robbi.maks@gmail.com)

В настоящей работе поднимается вопрос о востребованности элективных курсов в учительской практике на примере элективного курса по экспериментальной песенной поэзии для обучающихся 10-11 классов. Основной целью исследования является разработка курса. Лингвистический аспект представлен в изучении и анализе языковых и коммуникативных средств отечественной рок-поэзии как феномена русской коммуникативной культуры.

**Ключевые слова:** элективный курс, экспериментальная песенная поэзия, лингвоперсонология.

## ELECTIVE COURSE ON EXPERIMENTAL SONG POETRY FOR HIGH SCHOOL STUDENTS

*Smirnov S. A.*

Kemerovo State University

In this paper, the question of the demand for elective courses in teaching practice is raised by the example of an elective course on experimental song poetry for students of grades 10-11. The main purpose of the study is to develop a course. The linguistic aspect is presented in the study and analysis of the linguistic and communicative means of Russian rock poetry as a phenomenon of Russian communicative culture.

**Keywords:** elective courses, experimental song poetry, linguopersonology.

Одной из основных задач гуманитарного филологического образования является воспитание духовно развитой, многогранной, образованной личности; формирование таких ценностных ориентиров, как способность к сопереживанию, эстетическое чувство, литературный и музыкальный вкус, а также восприятие нетрадиционных экспериментальных форм национальной картины мира. Роль поэтического музыкального творчества в этом процессе неоспорима, так как в ней аккумулированы все человеческие чувства и переживания, обогащающие духовную жизнь. Поэзия объединяет людей в стремлении поисков правды о мире и своём месте в нём. Хочется также подчеркнуть, что в данный период у школьников формируется языковая картина мира, языковой вкус. Кроме того, актуальность внедрения элективных курсов в практику преподавания в школе очевидна и своевременна, она предусмотрена требованиями ФГОС в части изучения дополнительных учебных предметов, курсов по выбору обучающихся, они должны отражать: 1) развитие личности обучающихся средствами предлагаемого для изучения учебного предмета, курса: развитие общей культуры обучающихся, их мировоззрения, ценностно-смысловых установок, развитие познавательных, регулятивных и коммуникативных способностей, готовности и способности к саморазвитию и профессиональному самоопределению; 2) овладение систематическими знаниями и приобретение опыта осуществления целесообразной и результативной деятельности; 3) развитие способности к непрерывному самообразованию, овладению ключевыми компетентностями, составляющими основу умения: самостоятельному приобретению и интеграции знаний, коммуникации и сотрудничеству, эффективному решению (разрешению) проблем, осознанному использованию информационных и коммуникационных технологий, самоорганизации и саморегуляции; 4) обеспечение академической мобильности и (или) возможности поддерживать избранное направление образования; 5) обеспечение профессиональной ориентации обучающихся [<https://fgos.ru/>]. В нашем исследовании поднимается вопрос о востребованности элективных курсов в учительской практике на примере элективного курса по экспериментальной песенной поэзии для обучающихся 10-11 классов. В докладе предложен и реализован лингво-коммуникативный подход к текстам рок-поэзии как феномену национальной картины мира, коммуникативной национальной культуры, установлены лингвистические и лингвоперсонологические маркеры авторской рок-поэзии на примере текстов группы «АукцЫон». В контексте сказанного подчеркивается, что задача педагога-словесника

видится также в изучении научно-исследовательского опыта [1, с 1726 - 1731]. Основной целью нашего исследования является разработка данного курса. Лингвистический аспект представлен в изучении и анализе языковых и коммуникативных средств отечественной рок-поэзии как феномена русской коммуникативной культуры.

#### **Литература и источники**

1. Толлок Е. Б. Лирический субъект в альбоме группы «Аукцион» «В Багдаде все спокойно» // Образование, наука, инновации: вклад молодых исследователей Выпуск 16 Материалы X (XLII) Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. Кемерово, КемГУ. 2015. – С. 1726 – 1731.
2. Наумова Д. М. Лирический субъект в поэтике группы «Аукцион» (На примере текста «Глаза» Дмитрия Озерского // Русская рок-поэзия: текст и контекст [Электронный ресурс]: сб. науч. тр. / Урал. гос. пед. ун-т. – Электрон. науч. журн. – Екатеринбург; Тверь, 2019 – Вып. 19. С. 245 – 251.
3. Федеральный государственный образовательный стандарт // <https://fgos.ru/>.

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

**УДК 811.111**

### **ЛИНГВОКУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА СОВРЕМЕННОЙ ГОДОНИМИИ ЛОНДОНА**

*Соколова Е.А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[katherinesokolova2000@mail.ru](mailto:katherinesokolova2000@mail.ru)

Невозможно представить мир без географических названий. Они являются своеобразным идентификатором ценностей, обычаев и национальных особенностей народа. Статья посвящена годонимии Лондона - истории названия улиц британской столицы. Они рассматриваются в лингво-культурном аспекте, как отражение истории города и его национальной самобытности. Годонимы изучаются в связи с топонимикой (наукой о географических названиях) и ономастикой (наукой об именах собственных). Для создания полноценной картины о топонимике, как науке в современной лингвистике, предложены различные классификации топонимов. В исследовании объясняются основные структурные и лексические и принципы наименования улиц. Предлагается семантическая классификация улиц Лондона, дополняющая уже имеющуюся в научной литературе ее структурную классификацию. Рассматриваются самые уникальные и интересные случаи номинации улиц в лингво-историческом контексте Великобритании. Доказывается, что годонимия Лондона формирует образ города как прочно связанного с культурной традицией, но в то же время открытого для культурного диалога и взаимодействия.

**Ключевые слова:** годонимы, топонимия, ономастика, названия улиц, Лондон, история, культура.

### **LINGUISTIC AND CULTURAL SPECIFICS OF LONDON'S MODERN HODONYMY**

**Sokolova E.A.**

Kemerovo State University

It is impossible to imagine the world without geographical names. They identify the values, customs, and cultural peculiarities of a nation. The article is focused on hodonymy of London. Names of streets are considered in linguistic and cultural aspects as means of representation of the city's history and its cultural specificities. Hodonymy is studied in the connection with toponymy (proper and geographic names) and onomastics (the etymology, history, and use of proper names). Toponyms are classified in different ways to create a full picture of the science of toponymy in contemporary linguistics. The structural and lexical principles of naming streets are explained. The results of the etymological research of the street names of London are demonstrated. A semantic classification of traditional street names of London, complementing their structural classification existing in scientific literature is given. Unique and interesting street names are described to give a lingua-historical picture of the peoples of Great Britain. It is proved that London street names form the image of the city as strongly associated with the cultural tradition, but at the same time open to the cultural dialogue and interaction.

**Keywords:** hodonyms, toponymy, onomastics, names of streets, London, history, culture.

В современной лингвистике интерес ученых к топонимии значительно вырос. Данная наука исследует географические наименования и их историю, а открытия и находки в этой области имеют большой вес при изучении языка и культуры этноса. Любые социальные или культурные изменения: расселения народов, войны, революции, торговля, подвиги героев, принятие религии, культурная деятельность людей - все события оставляют след в сознании этноса и, безусловно, отражаются в языке и новых понятиях. Слово «топонимика» образовано от двух греческих слов: *topos* «место» и *onoma* «имя» и определяется как «раздел ономастики, исследующий географические названия (топонимы), их функционирование, значение и происхождение, структуру, ареал распространения, развитие и изменение во времени» [1]. Из определения видно, что топонимика тесно связана с ономастикой. Это «раздел языковедения, изучающий имена собственные: названия людей, животных, мифических существ, племен и народов, стран, рек, гор, людских поселений» [2].

Ученые выделяют ряд основных топонимических классов, которые соотносятся с основными типами географических объектов. Их количество является довольно значительным, так как и количество географических объектов, которые к ним относятся, также существенно: оронимы – названия горных цепей и вершин, пещер, ущелий входят в данный топонимический класс (Snowdon, Ben Nevis), гидронимы – названия рек, озер, морей и др. водных объектов (Avon, Severn), дримонимы – названия лесов, рощ, парков (Hafren Forest, Grizedale, Dartmoor), урбанонимы – названия внутригородских объектов.

Объектом нашего исследования является годонимия Лондона. Годонимы (от греческого *ὄδος* – «улица», *ὄνομα* – «имя») – названия линейных внутригородских объектов – улиц, переулков, проспектов, набережных и так далее. Например, Oxford Street, Carnaby Street.

В современной лингвистике область годонимии мало исследована, поскольку годонимы являются более узким специализированным пластом, обозначающим названия улиц. Однако их рассмотрение является очень интересным и полезным, поскольку помогает понять менталитет и культуру языка народа с разных сторон.

Мы решили изучить лингвокультурогические основы названия улиц британской столицы. Большинство годонимов в английском языке имеют двучленную номинацию: первый - атрибутивный компонент, собственно, название - пишется с заглавной буквы. Второе слово – номенклатурное, может писаться как со строчной, так и с заглавной буквы. Например, Oxford Street. Номенклатурным словом может являться: улица - street (от лат. *via strata* - «мощеная дорога»), проспект - avenue (широкая улица, обсаженная деревьями с обеих сторон), переулок – lane, проезд – drive, шоссе - way, road, тупик – close, и др. В нашем исследовании годонимы были классифицированы в группы согласно их семантической специфике:

1. По имени крупных владельцев домов и земельных участков, гостиниц, таверн и других видов частной собственности: Beehive Passage, Bell Inn Yard, Bell Wharf Lane, Bolt Court, Doby Court, Eldon Street, Fann Street, Golden Lane, Hanging Sword Alley, Little Britain и др.

2. В соответствии с названиям монастырей / в честь святых: Alban Highwalk, Allhallows Lane, Amen Corner, Apothecary Street, Austin Friars, Ave Maria Lane, Bartholomew Close, Bartholomew Lane, Bennet's Hill и др.

3. В зависимости от объектов, расположенных в чертах данной территории: Billiter Court, Circus Place, Fore Street, Great Tower Street, Guildhall Buildings, Houndsditch, King's Bench Walk и др.

4. В честь королевской знати, политиков, аристократов: Bassishaw Highwalk, Bouverie Street, Capel Court, Crown Office Row, Farringdon Street, Goswell Road, King Street, King William Street, Pindar Street и др.

5. Согласно роду занятий жителей / специализация по торговле: Pottery Lane, Apothecary Street, Carter Lane, Bread Street, Milk Street и др.

6. В соответствии с природными географическими объектами: Snow Hill, Chiswell Street, Walbrook, Wormwood Street.

7. По названию исторических событий, традиций: America Square, Bengal Court, Cock Lane, Pudding Lane.

8. По названию культурно-исторических достопримечательностей: Aldersgate Court, Bastion Highwalk, Brabant Court, London Wall, Millennium Bridge.

9. В честь известных людей: Barbon Alley, Andrewes Highwalk, Gresham Street, Pepys Street, Philpot Lane.

По нашим наблюдениям, около половины улиц Лондона названы в честь владельцев крупных земельных участков и согласно названиям монастырей. Часто наименования улиц британской столицы связаны с основным родом занятий жителей той или иной улицы, особенно в исторической части города. Многие пришли к нам из средневековья, и все имеют разные корни. Например, в Сити есть переулок Carter Lane. Здесь в старину селились извозчики. Переулок Pottery Lane — традиционное место проживания тех, кто в былые времена занимался гончарным промыслом. А название улицы Apothecary Street связано с гильдией фармацевтов, здание которой расположено здесь же.

Наименования некоторых улиц связывались с различной торговой деятельностью. Улица Cheapside, ныне исторический и финансовый центр Лондона, называется так не потому, что раньше на ней продавались дешевые товары. Название произошло из древнеанглийского слова «chere», означающее «рынок». Переулки и улицы вокруг Cheapside по сей день носят название товаров, которые здесь производились и продавались: Bread Street, Milk Street, Wood Street, Honey Street.

Однако часто этимология названия улицы не столь очевидна. Наверное, самая знаменитая улица Лондона — Пикадилли. Происходит это название от слова "picadil" — «жабо», «кружевной воротник». В начале 17 века, когда началась застройка этого района, процветающий предприниматель Роберт Бейкер, наживший себе капитал на изготовлении и производстве этих модных тогда деталей туалета, построил себе поблизости большой дом. Особняк этот очень скоро получил в народе прозвище «Пикадилли-холл» — прямое указание на главный источник богатства его владельца.

Можно подумать, что улица Cloak Lane когда-то была местом продажи модной верхней одежды (с англ. cloak - плащ). Однако это название восходит к тому времени, когда римляне обосновали город, а вместе с тем - Cloaca Maxima - одну из самых ранних канализационных систем. Или вот еще пример, когда реальное происхождение топонима отличается от того, чем кажется на первый взгляд - Pudding Lane - название, не имеющее ничего общего с десертом. Во время Великого пожара 1666 года, когда мясники направлялись из Истчипа к реке Темзе, чтобы сбросить отходы, с их телег падали внутренности и органы животных, которые назывались тем же словом - pudding.

Неудивительно, что в стране, в которой с 10 века правит монархия, большое количество улиц названы в честь королей и королев: Victoria Embankment, King William Street, King Edward Street. Некоторые именованы в честь людей королевского окружения. Fitzroy Square имеет любопытное происхождение. Король Карл II всегда пользовался большим вниманием у женщин и имел множество фавориток. Термин Fitz обозначал «незаконнорожденный сын», а Fitz-roy - «внебрачный сын короля». В честь детей Карла и его дамы Барбары Вильерс были названы улицы, окружающие Fitzroy Square: Euston, Warren, и Grafton.

Происхождение названия улицы Vollocks Terrace - необычное. Те, кому знаком Британский сленг, знают, что слово Vollocks переводится, как «чепуха». С 17 по 18 век данное слов было жаргонизмом, выражающим отношение к священникам, служившим в монастырях на данной улице. Некоторые священнослужители были печально известны тем, что «несли чепуху» во время своих проповедей.

Многим улицам британской столицы дали названия географические объекты. Так, Fleet Street названа по имени речки Флит, которая здесь протекала до XVIII века, а затем была заключена в трубу. Water Street ведет на берег Темзы.

Антропонимов в названиях Лондонских улиц также немало. Улицы именовались в честь выдающихся деятелей культуры, ученых, первооткрывателей, героев войны. Defoe Place - в честь писателя Даниэля Дефо, Hogarth Court - художника Хогарта Уильяма, Frobisher Crescent - мореплавателя Мартина Фробишера. Jack Cornwell Street названа именем 16-летнего мальчика, погибшего в битве при Ютланде во время Первой мировой войны. Тогда более 6000 человек погибли в морском сражении, но это не помешало Британии продолжить свою решающую блокаду Германии. Джек Корнуэлл был снайпером на военном корабле. 31 мая 1916 года корабль столкнулся с четырьмя немецкими крейсерами. Остальная часть команды была убита. Корнуэлл был тяжело ранен, но несмотря на это, он оставался на своем посту, выполняя свой военный долг. Корнуэлл остался бы в неизвестности, если бы адмирал сэра Дэвид Битти не упомянул о нем в "Боевой депеше", напечатанной в июле 1916 года. В сентябре того же года Корнуэлл был награжден Крестом Виктории.

Другой источник названий лондонских улиц — города или известные здания, к которым они вели. Например, знаменитая Oxford Street так называется потому, что здесь проходила дорога, которая вела в Оксфорд. Улице Old Kent Road дали название «старая дорога в Kent». Greet Tower Street в Сити ведет к Тауэру. A London Wall проходит вдоль древней стены, окружавшей когда-то город.

Годонимия, являясь лексической подсистемой, очень метко отражает языковую картину мира народа, его систему взглядов, национальный дух. Имя никогда не дают объекту случайно. Изучая названия улиц, мы изучаем систему ценностей народа, его исторический уклад жизни, миропонимание, быт и традиции. Мы узнаем, каких героев и гениев культуры действительно ценят люди, проживающие на той или иной территории, и какие события особенно важны в историческом развитии страны изучаемого языка.

#### **Литература и источники**

1. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева / Советская энциклопедия, 1990.
2. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка / АЗЪ, 1992.
3. Мурзаев Э.М. География в названиях // Наука / Планета Земля и Вселенная, 1982.
4. Stewart George R., Names on the Globe / Oxford University Press, 1975.

*Научный руководитель - канд. филол. наук, доц. Ермолаева Е.Н., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

## УПОТРЕБЛЕНИЕ НЕМЕЦКИХ СЛОВ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ, ИХ ЗНАЧЕНИЕ И АССИМИЛЯЦИЯ

*Фицке Ю., Викторова П.А.*

Грайфсвальдский университет, ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный  
университет»

[polina-victorova@rambler.ru](mailto:polina-victorova@rambler.ru)

Данная статья посвящена детальному рассмотрению различных категорий заимствованных с немецкого языка слов, существующих в русском языке в настоящее время. В русском языке давно употребляются заимствования слов и, в особенности, из немецкого языка. Проблема заимствований всегда привлекала интерес как лингвистов, так и историков. Так как словарный состав русского языка непрерывно обновляется, со временем в нем появляются названия новых вещей, процессов, явлений, которые могут быть заимствованы из другого языка. Помимо исконных слов в русском языке находится огромное количество заимствований, этимологизация которых имеет свои особенности. Актуальность нашего исследования определяется тем, что проблема немецких заимствований к настоящему времени изучена не до конца. Люди часто употребляют в своей речи слова, не задумываясь об их происхождении, но, в действительности, это очень важно – знать о том, как они появились в их родном языке. Для этой работы было выбрано 174 слова, в то время как на самом деле в русском языке присутствует намного больше заимствованных с немецкого языка слов.

**Ключевые слова:** заимствованные слова, ассимиляция, орфография, значение, культура, адаптация.

## THE USE OF GERMAN WORDS IN RUSSIAN, THEIR MEANING AND ASSIMILATION

*Fitzke J., Victorova P.A.*

Greifswald University, Kemerovo State University

This article is devoted to a detailed consideration of the various categories of words borrowed from German that currently exist in the Russian language. Russian has long been used to borrow words, and especially from the German language. The problem of borrowing has always attracted the interest of both linguists and historians. Since the vocabulary of the Russian language is constantly updated, over time, it contains the names of new things, processes, and phenomena that can be borrowed from another language. In addition to the original words in the Russian language there is a huge number of borrowings, the etymology of which has its own characteristics. The relevance of our research is determined by the fact that the problem of German borrowing has not yet been fully studied. People often use words in their speech, not thinking about their origin, but, in fact, it is very important to know how they appeared in their native language. For this work, 174 words were selected, while in fact, there are many more words borrowed from German in the Russian language.

**Keywords:** borrowed words, assimilation, spelling, meaning, culture, adaptation.

В данной работе рассматриваются заимствованные из немецкого языка слова, которые существуют в русском языке. Для этой работы было выбрано 174 слова, хотя на самом деле в русском языке существует намного больше заимствованных слов; такой феномен можно объяснить тем, что истории обеих стран – России и Германии – тесно связаны. Таким образом, на протяжении долгого времени происходил процесс обмена слов, которые в

конце концов нашли свое место в русском языке. Для меня эта тема представляет значительный интерес по той причине, что у меня часто появляются проблемы с русскими словами немецкого происхождения, которые встречаются мне в разных текстах, в социальных сетях и т.д. Иногда происходят такие ситуации, когда мои друзья или знакомые используют заимствованные слова, не зная о том, что такие слова существуют и в немецком. Тогда они меня спрашивают, например, знаю ли я такие слова, как *абзац*, *циферблат* или *шлагбаум*. Я улыбаюсь и говорю друзьям, что, конечно, знаю, так как эти слова пришли в русский из моего родного языка.

Из-за близкой исторической связи обеих стран расширение лексики русского языка происходило за счет немецких слов. Это воздействие заметно в каждой области русского языка, но, в первую очередь, в научной, политической и социальной сферах. Немецкий язык, кстати, не единственный язык, который оказал влияние на русский: в некоторые периоды истории развития языка французский считался модным не только в западной Европе, но и в России. Однако на данный момент самым распространенным языком и межкультурным средством для общения считается английский, поэтому люди во всем мире используют множество английских слов – англицизмов, которые затем употребляют в своем языке. Несмотря на то, что немецко-русские отношения ухудшаются из-за постоянных разногласий между Западом и Востоком, тем не менее, в довоенные времена в отношениях между Россией и Германией конфликты отсутствовали? и происходил постоянный обмен культурных особенностей, товаров, людей... и слов. Из-за того, что в немецком языке есть необычное свойство образовывать существительные путем слияния существующих существительных, можно отметить несколько немецких слов, которые очень кратко описывают предмет (явление, событие и т.д.), что сложно было бы полностью передать средствами русского языка, например, *циферблат*, *цайтгайст* или *фейерверк*.

При проведении исследования по этой теме был найден обширный список русских слов, которые берут свое начало в немецком языке. Таким образом, этот список включает в себя 174 слова, которые подразделены на четыре категории. В каждой группе представлено по несколько примеров.

#### **Тип 1 – Заимствованные слова без изменения**

В первой группе находятся все слова, которые были заимствованы из немецкого языка без преобразования или какой-либо фонологической или письменной адаптации. Как произношение, так и значение этих слов в процессе заимствования не изменилось.

Примеры: *абзац*, *аксельбант*, *блицкриг*, *бутерброд*, *вундеркинд*, *гастарбайтер*, *киршвассер*, *курорт*, *ландшафт*, *масштаб*, *путч*, *тальвег*, *тонарм*, *торф*, *циферблат*, *цугцванг*, *шлагбаум*, *шницель*, *шрифт*, *штаб*, *штемпель*.

Объем этой группы: 75 слов; отсюда следует, что большинство слов немецкого языка пришли в русский без каких-либо изменений.

#### **Тип 2 - Заимствованные слова без изменения орфографии и произношения, но с изменением значения**

Во втором типе примечательно то, что объем этой группы меньше по сравнению с остальными типами, так как разнообразные существительные заимствовали произношение и орфографию, но их значение изменилось. Проиллюстрировать сущность данной группы можно на примере четырех слов.

- *Штифт*

30. Существует немецкое слово *Stift*, которое обозначает «карандаш». Но русское слово «штифт» описывает цилиндрический или конический стержень для неподвижного соединения двух деталей.

- *Капут*

31. Существует немецкое прилагательное *kaputt*, на русский его можно было бы перевести как «сломанный» или «разбитый». Заимствованное слово «капут» обозначает «конец».

- *Люфт*

32. Немецкое слово *Luft* значит «воздух». На русском «люфт» – это зазор между частями машины.

- *Плац*

33. В немецком языке существительное *Platz* является абстрактным, неконкретным словом, обозначает «площадь» или «место». Русская заимствованная версия «плац» конкретнее, так как обозначает только «площадь для парадов или военных действий». [1]

Объём этого типа: 5 слов, поэтому этот тип является самым маленьким.

### Тип 3 – Заимствованные слова с низкой ассимиляцией

В третьем типе находятся слова, которые в целом сохранили форму, как и в немецком, но за исключением нескольких преобразований; изменились орфография и фонетика, благодаря чему эти слова приблизились к стандартам русского языка. Чтобы продемонстрировать этот феномен, были выбраны самые распространенные изменения, которые произошли в процессе адаптации в этом типе.

- На немецком существуют так называемые умляуты. В русском языке эта особенность отсутствует, поэтому слова с умляутиками немного изменились в процессе адаптации. *Müslī* → Мюсли. *Schnörkel* → Шноркель. *Doppelgänger* → Допельгангер.

- Часто немецкая буква “u” становится русской «ю». *Anschluss* → Аншлюс. *Rucksack* → Рюкзак.

- Немецкая буква “H” превращается в «Г». *Herzog* → Герцог. *Hauptwache* → Гауптвахта. Но иногда немецкая “H” становится «X». *Hinterland* → Хинтерланд.

- Существует много немецких слов, которые пишут с “ei”, но произносят по-другому – как “ai”. Но на русский язык было скопировано только правописание. *Chormeister* → Хормейстер, хотя на немецком скажут *Chormaister*. *Streikbrecher* → штрейкбрехер (не *штрайкбрехер*). *Poltergeist* → Полтергейст (не полтергайст). Это интересно, потому что иногда тоже произношение копировали. *Zeitgeist* пишут как цайтгайст (не цейтгейст).

Объём этой группы: 55 слов.

### Тип 4 – Ассимилированные заимствованные слова

В последнем типе находятся русские слова, у которых немецкие корни, но из-за значительных процессов адаптации они не так очевидны, по сравнению с заимствованными словами других типов. Главная причина: заимствовали эти слова давным-давно, и чем дольше заимствованное слово находится в языке и чем больше людей на нем говорят, тем сильнее происходят процессы изменения и адаптации. Несколько примеров могут подчеркнуть этот факт.

- *Perückenmacher* → парикмахер. Современное значение этого русского слова – «мастер, занимающийся бритьем, стрижкой, укладкой и т.д.» Но *Perückenmacher* – древнее немецкое слово, которое обозначает «мастер, делающий парики». [2]

- *matt* → матовый. В этом прилагательном можно наблюдать немецкий корень, но при этом здесь присутствует типичный суффикс русской грамматики.

- *Laubsäge* → лобзик. Обозначает «древесная пила»; заметны сильные изменения.

- *Pantoffeln* → туфли. *Pantoffel* – старое немецкое слово, означает «домашние тапочки». Изменение значения представляет собой интерес, так как русское слово «туфли» описывает «модную, элегантную вечернюю обувь». [3]

- Русский язык адаптировал также много немецких значений орудия, например, *Stemmeisen* → стамеска, *Schraubzwinge* → струбцина, *Stangenzirkel* → штангенциркуль, *Schraube* → шуруп.

- *Halstuch* → галстук. Здесь тоже мы видим интересное изменение значения, потому что *Halstuch* обозначает «нашейный платок».

Объём этого типа: 39 слов.

### Противоположный феномен: русские заимствованные слова в немецком языке

Количество заимствованных из русского языка слов в немецком, наоборот, представлено в меньшем объеме. Хотя существует небольшое количество, которое, в первую очередь, было заимствовано в разговорный язык жителей восточной Германии во время существования ГДР. В качестве причины такого явления можно назвать активный обмен культуры и языка в тот период.

Примеры: балалайка→Balalaika, дача→Datsche, космонавт→Kosmonaut, мамонт →Mammut, Матрёшка→Matrjoschka, погром→Pogrom, желтопузик →Scheltopusik, Семечки→Semetschki, спутник→Sputnik, степь→Steppe, тайга →Taiga, тройка→Troika, войлок→Woilachund, соболь →Zobel.

### Вывод



Рис.1 - Различные типы заимствованных слов в русском языке

После детального анализа всех собранных заимствованных слов можно сделать вывод о том, что большинство слов в русском языке не изменилось при процессе заимствования. Почти половина заимствованных слов не отличается от слов языка-оригинала. В целом, заимствованные слова изменяются в течение многих веков, говорящие их адаптируют в соответствии с правилами своего родного языка, что обусловлено требованиями непрерывно меняющегося языка. Но многие из этих слов не употребляются в ежедневной речи - такие слова широко используются в науке, политике, философии или других научных направлениях. Из-за редкого использования процесс изменения либо происходит в незначительной мере, либо в целом отсутствует. Слово «*миттельнауцер*», например, обозначает редкую породу собак, поэтому и используется в речи редко. Тип 2 может дать подобное объяснение: в этих словах отчетливо виден немецкий корень, но все-таки здесь произошли небольшие преобразования, так как орфография и произношение русского языка отличны от немецких.

Слова, которые чаще используются, были подвержены изменениям в большей мере. Однако у этих слов почти всегда существует синоним в русском языке. Если слово и было заимствовано, то в течение времени изменилось его употребление.

### Литература и источники

1. Фасмер, М. «Этимологический словарь русского языка». В 4-х томах. / М. Фасмер. – М: «Прогресс», 1987г.
2. Краткий этимологический словарь русского языка. М., 1971
3. Словарь иностранных слов – 16-е изд., испр. – М.: «Русский язык», 1998 г.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Смирнова А.Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

УДК 81`27

## **РЕЧЕВОЕ ПОВЕДЕНИЕ КАК ЭКСПЛИКАТОР КОММУНИКАТИВНОГО ПРОСТРАНСТВА РАЗНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ГРУПП**

*Чардынцева А.Д.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[alyonachardyntseva@gmail.com](mailto:alyonachardyntseva@gmail.com)

Данное исследование посвящено изучению речи детей дошкольного и младшего школьного возраста, воспитанных в разных социальных условиях. Важным для предлагаемой статьи становится выявление фонетических, лексических и грамматических особенностей речи детей. Актуальность работы связана с поиском взаимосвязи между социальной группой ребёнка и его языковой личностью. Для подтверждения гипотезы исследования был проведён эксперимент, позволяющий определить специфику устной речи информантов. Все респонденты были разделены на две группы: дети, воспитанные в детском доме, и дети, проживающие в семье. Результаты сравнительного анализа двух групп показывают, что дети, проживающие в детском доме, хуже владеют языковым материалом, с трудом составляют сложные предложения, испытывают проблемы с лексической сочетаемостью слов.

**Ключевые слова:** онтолингвистика, социоллингвистика, психоллингвистика, коммуникативное пространство, языковая личность.

## **SPEECH BEHAVIOUR AS EXPLICATOR COMMUNICATIVE SPACE OF DIFFERENT SOCIAL GROUPS**

*Chardyntseva A.D.*

Kemerovo State University

The given research is devoted to studying of speech of children of the preschool and younger school age which has been brought up in different social conditions. Important for offered article there is a revealing phonetic, lexical and grammatic features of speech of children. The urgency of work is connected with search of interrelation between social group of the child and its language person. For confirming a hypothesis of research, the experiment has been leading, allowing to define a specific character of oral speech of informants. All respondents have been divided on two groups: children who have been brought up in children's home, and children living in family. Children living in children's home show results of the comparative analysis of two groups, that, own a language material is worse, hardly make compound sentences, test problems with lexical word compatibility.

**Keywords:** developmental linguistics, sociolinguistics, psycholinguistics, communicative space, linguistic personality.

Проблематика исследования вписывается в контекст нескольких взаимосвязанных направлений языкознания: собственно лингвистического – определение фонетических, лексических, грамматических особенностей речи; онтолингвистического – формирование и развитие языковой способности ребёнка; социоллингвистического – выявление релевантных

признаков речи различных социальных групп; психолингвистического – изучение закономерностей порождения и восприятия речи.

*Цель работы:* изучить речевое поведение детей, воспитанных в разных коммуникативных пространствах; выявить дифференциальные и интегральные признаки в речи детей из разных социальных групп.

*Актуальность* исследования обусловлена необходимостью решения проблемы корреляции речевого поведения ребёнка и социального положения, влияющего на формирование основных духовных ценностей.

*Теоретическую базу* исследования составляют основные положения возрастной социолингвистики, представленные в работах Г.Р. Добровой [2], речевой деятельности детей в сфере языковой игры, рассматриваемой в научных трудах Т.А. Гридиной [1], психологических, психолингвистических, лингвометодических исследований, содержащихся в учебном пособии С.В. Плотниковой [3], а также работы С.Н. Цейтлин [4].

*Научная новизна* работы определяется синкретизмом различных лингвистических направлений, исследование находится на стыке онто-, психо- и социолингвистики.

Основой исследования является эксперимент, фактологическую базу которого составляют сто восемь речевых реакций детей от четырёх до двенадцати лет. Детям предлагалось устно ответить на вопрос: «*Что такое семья / дружба / красота / деньги / зло / добро / дом?*» Эти слова-стимулы раскрывают речевой потенциал информантов, определяют коммуникативное поведение, а также указывают на формирующуюся картину мира ребёнка.

Коммуникативные ситуации при опросе каждого ребёнка были идентичны: устный контакт, вопросно-ответная форма коммуникации и индивидуальное общение, происходящее в одном месте. При анкетировании респондентов учитывался возраст, половая принадлежность и отношение к определённой социальной группе. Все информанты были разделены на две группы: дети, проживающие в детском доме, и дети, проживающие с родителями.

Результатом эксперимента являются следующие результаты:

1. Лексические особенности. Дети, проживающие в детском доме, не склонны к словотворчеству, их словарный запас гораздо меньше, чем у детей, воспитанных дома. Дети, проживающие в семье, уже с раннего возраста используют свои словообразовательные модели. В старшей возрастной группе речь детей, воспитанных в семье, характеризуется большим словарным запасом, они используют сложные речевые конструкции. Например, слова в переносном значении («подавляет свободу», «внутренняя красота»), используют нетипичную для респондентов из других групп лексику («взаимодействуют», «здание»).

2. Морфологические и словообразовательные особенности. Характерные отличия между группами выявляются при анализе грамматической формы глаголов. Дети, проживающие в детском доме, используют глаголы второго и третьего лица, описывая понятие **ЗЛО**: «*Зло – это когда человека бьют, злится*». При этом, независимо от группы, респонденты ассоциируют себя либо с субъектом действия («*когда делаешь подножки*»), либо с объектом («*кто-то обижает, бьёт*»). Также можно говорить и о том, что в младшей возрастной группе дети, воспитанные в семье, используют большее количество слов с уменьшительно-ласкательными суффиксами: *сердечко, вкусняшки, кирпичики*.

3. Образность речи. Анализ ответов респондентов показывает, что речь информантов из обеих групп имеет метафорический потенциал. Например, лексему **ДЕНЬГИ** дети, воспитанные в семье, связывают с понятиями вещи, бумажки: «*Деньги – это такие бумажки, которыми платят за что-то, то, что покупают. Это и называется деньги*», «*Деньги – это вещи, которыми платят за разные предметы. На них покупают игрушки, машины, квартиры. Всё, кроме любви, семьи и друзей*». Анализируя понятие **ДОМ**, некоторые дети, воспитанные в детском доме, рассматривают его как место, где «*тепло, уютно, можно попить чай*».

4. Синтаксические особенности. Дети, проживающие в семьях, используют усложнённые синтаксические конструкции с однородными членами предложения, распространёнными определениями и обстоятельством (причастными и деепричастными оборотами): «Красота – это внешность человека, красивые животные, птицы, насекомые, картины» «Зло – это когда кто-то, какой-нибудь мальчик, обижает, бьёт, обзывает, жалуется по любой причине», «На деньги надо покупать бананы, сок, яблоко». «Добро – это хорошие действия, осознанные человеком» Речь детей, проживающих в детском доме, синтаксически бедна: короткие предложения, отсутствуют распространённые второстепенные члены предложения.

Таким образом, научная гипотеза – речевое поведение детей коррелирует с коммуникативным пространством, зависящим от различных социальных факторов, – подтверждается результатами социолингвистического эксперимента. Дети, проживающие в семье, лучше владеют речевым материалом, используют сложные синтаксические конструкции, не испытывают проблем с лексической сочетаемостью. При этом дети, проживающие в детском доме, в подростковом возрасте не до конца владеют словообразовательным навыком, не могут выстраивать сложные синтаксические конструкции.

Практическая значимость исследования определяется возможностью использования результатов эксперимента в процессе воспитания и образования детей: в развитии речевой способности, приобретении коммуникативных навыков, понимании системных отношений лингвистики, умении создавать устные и письменные тексты в соответствии с целевыми установками.

#### **Литература и источники**

1. Гридина, Т. А. Онтолингвистика. Язык в зеркале детской речи / Т. А. Гридина. – Москва : Флинта; Наука, 2006. – 306 с.
2. Доброва, Г. Р. Вариативность речевого развития детей / Г.Р. Доброва. – Москва : Языки славянской культуры, 2018. – 262 с.
3. Плотникова, С. В. Развитие лексикона ребенка : учеб. пособие / С. В. Плотникова. – М. : ФЛИНТА : Наука, 2011. – 224 с.
4. Цейтлин, С. Н. Язык и ребенок : Лингвистика детской речи / С. Н. Цейтлин. – М. : Владос, 2000. – 238 с.

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

**УДК 81**

### **НОМИНАТИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ДЕНЕЖНЫХ ОБОЗНАЧЕНИЙ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ**

**Черников Е.В.**

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[Gerycher@gmail.com](mailto:Gerycher@gmail.com)

В данной исследовательской работе рассматриваются наименования денежных обозначений и, в частности, их номинативные особенности. В настоящее время развитие языка привело к образованию огромного количества обозначений денежных единиц. Данный факт обуславливает интерес к этому вопросу и важность его изучения. Анализируя

и мотивируя денежные обозначения, мы можем составить представление о взгляде представителей англоязычных культур на такое явление, как деньги. Для облегчения анализа все лексические единицы, найденные методом сплошной выборки из корпусов английского языка, были разделены на 10 групп. Каждая группа была основана на одном из признаков, общим для всех слов, входящих в неё.

**Ключевые слова:** деньги, доллар, фунт, денежная единица, номинация, номинативная функция.

## NOMINATIVE FEATURES OF MONEY NAMES IN ENGLISH LANGUAGE CULTURES

*Chernikov E.V.*

Kemerovo State University

This research paper examines the phenomenon of money names and, in particular, their nominative features. Currently, the development of the language has led to the appearance of a huge number of denotations for monetary units. This fact determines the interest in this issue and the importance of studying it. By analyzing and motivating money names, we can get an idea of the view of representatives of English-speaking cultures on such a phenomenon as money. To facilitate the analysis, all lexical units found by continuous sampling from the corpus of the English language were divided into 10 groups. Each group was based on one of the features common to all the words included in it.

**Keywords:** money, dollar, pound, monetary unit, nomination, nominative function.

В нашей жизни деньги занимают очень важное место, поскольку они выполняют функции, которые необходимы в современных реалиях. Они могут быть средством платежа, обмена, измерения стоимости.

В каждой стране присутствует своя установленная денежная система, включающая в себя денежные знаки, единицы и отношения. Такая система чаще всего определяется законодательным путём. Денежной единицей Великобритании является фунт стерлингов, США – американский доллар. Являясь уникальным по своей сути и распространённым по всему миру предметом, деньги обладают широким спектром обозначений.

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 значение для человеческого бытия.

Номинативное содержание центральной единицы языка — слова — до настоящего времени исследовано достаточно досконально. В этой сфере существуют фундаментальные труды разнообразного характера. Однако вопрос, касающийся номинативных особенностей денежных обозначений малоизучен.

В.Н. Телия подразумевает под термином «номинация» образование языковых единиц, которые характеризуются номинативной функцией и служат для называния и вычленения фрагментов действительности и формирования понятий о них в форме слов, сочетаний слов и предложений. Номинация — это также результат процесса именованья, т.е. сама значимая языковая единица. Кроме того, номинация может обозначать раздел языкознания, который исследует структуру актов наименования и в этом смысле она синонимична ономазиологии. Принцип номинации, по мнению О.И. Блиновой, является исходным правилом, формирующимся путем обобщения мотивирующих признаков. Под способом номинации понимается конкретный прием, с помощью которого реализуется принцип

номинации. Средства номинации объединяют различные фонетические, морфологические и синтаксические средства языка.

Номинал – или название – денежной единицы, как правило, определяется национальным центральным банком или же закрепляется конституцией государства или иными законами.

Многочисленные метафорические номинации денег в английском языке входят в фонд литературного языка, свидетельства чего можно увидеть в разнообразных словарях, таких как Longman Dictionary of Contemporary English или Longman Dictionary of English Language and Culture.

Человек приобретает знания о деньгах не только благодаря своему опыту и окружающей действительности, но также путём анализа того, как данный феномен представлен в языке.

Методом сплошной выборки из корпусов английского языка и упомянутых выше словарей было выделено 140 лексических единиц с общим значением «деньги». Идеографический признак позволил разделить эту лексику на 10 групп. В результате сформировалась такая классификация:

1. Названия бумажных денег (paper, folding stuff, roll, pile, bundle, wad, billie, note, banknote, (the) soft, scrip)

2. Названия денег, связанные с едой (cabbage, lettuce, spinach, kale, berries, potatoes, spuds, seed, birdseed, chicken feed, peanuts, hay)

3. Названия денег, относящиеся к наличным (money, the ready (money), cash, currency, change, specie, coin(age), hard coin, mint, gelt, blunt, mazuma, moolah, spon- duix, wampum)

4. Абстрактные обозначения денег (inance, capital, funds, legal tender, wherewithal, payment, resources, assets, revenue, means, income, riches)

5. Названия денег, основанные на обозначении денежных единиц (dollar, penny, cent, dime, nickel, quarter, shekel, dinero, peso, centavo, ducat)

6. Названия денег, основанные на именах металлов (gold, silver, tin, brass, iron, nickel, copper)

7. Названия денег, имеющие отношение к азартным играм (dibs, chips, jack, bone, ace, kitty, ante)

8. «Презренный металл» (pelf, filthy lucre, dust, stuff, slack, Mammon)

9. Обозначения денежных единиц, связанные со «скользкими» субстанциями (grease, fat, oil/palm oil, slush, soap)

10. Обозначения денег как жизненной необходимости. (the necessary, the needful)

Таким образом, в ходе исследования были выделены когнитивные и культурологические аспекты семантики денежных обозначений, служащие базой для номинации их представленными лексемами

Например, лексемы первой группы являются обозначениями для бумажных денег, которые могут быть свернуты, согнуты, уложены в пачки и т.д., что свидетельствует о том, что в языковом сознании англоговорящих людей деньги ассоциируются с бумагой. Вид банкнот и материал, из которого они сделаны, обращают на себя внимание в первую очередь. Кроме этого, они мягки на ощупь, о чем свидетельствует лексема (the) soft.

Так, например, лексемы первой группы являются обозначениями бумажных денег, которые, что следует из материала, могут быть сложены, свернуты, уложены в пачки. Это говорит о том, что часто в языковом сознании англоговорящих людей деньги ассоциируются с бумагой.

Вторая группа обозначений связана с едой. Она наталкивает на мысль о том, что большое значение деньгам придаётся по той причине, что они отождествляются с источником жизненных сил и энергии человека. Объяснить это можно тем, что очень у многих народов изначально эквивалентом денег служила еда.

Следующая группа – «Названия денег, относящиеся к наличным». Следует отметить, что единицы данной группы не представляли интереса с точки зрения мотивации номинации. Некоторые лексемы данной группы не являются исконно английскими словами. В основном это слэнговые единицы заимствованных слов.

Абстрактные имена для денег. Основное отличие данной группы от остальных в том, что все они называют деньги, отвлекаясь от их предметной сущности. Обозначения денежных единиц говорят о том, что подобного рода предмет чаще всего нельзя ощутить физически. Как правило, в данном случае речь идёт о ценных бумагах, облигациях, счетах в банке. В отличие от наличных денег, они не являются физическим объектом.

Названия денег, основанные на обозначении денежных единиц. В данной группе лексические единицы обозначают конкретные разновидности денег, они заимствованы из других языков, хотя не всегда следы заимствований заметны.

Названия денег, основанные на именах металлов. Основным семантическим признаком в значении слов данной группы является компонент, указывающий на металл, используемый при чеканке денег. Лексемы *gold* и *silver* являются самыми частыми в данной группе. Они могут обозначать как монету, сделанную из металла, так и деньги в более широком смысле. Использование названий металлов для именования денег является результатом их восприятия. Человек способен почти без труда опознать по внешнему виду, из чего сделаны те или иные деньги.

Названия денег, имеющие отношение к азартным играм. Азартные игры для некоторых людей могут занимать важное место в жизни. Как следствие, появление большого количества лексем, обозначающих фишки или другие заменители денег в азартных играх, вполне оправдано. В семантике единиц данной группы можно увидеть представления о том, что деньги могут быть получены без каких-либо заметных усилий, например, выиграны в карты. Игровой бизнес представляет собой явление, где всё построено вокруг денег.

«Презренный металл». Представление о том, что концепт, закодированный в слове «деньги», оценивается традиционной христианской этикой как что-то не заслуживающее внимания, послужило источником для нестандартного осмысления этого явления. Мотивированность подобных метафор, впрочем, может быть зачастую понятна и без чтения фундаментальных религиозных текстов. Деньги, вызывающие негативный образ в восприятии, стали именоваться *mammon*, поскольку в противовес чистым, божественным стремлениям, они символизируют бездуховное потребительство и накопительство. Наименования денег, входящие в данную группу, свидетельствуют о негативном восприятии денег языковым сознанием. Обозначения данной группы представляют деньги как что-то недостойное, не заслуживающее внимания.

Обозначения денежных единиц, связанные со «скользкими» субстанциями. Лексемы этой группы позволяют взглянуть на денежные единицы с другой стороны. В данном случае они представлены как некая сущность, облегчающая ход жизни и улучшающая положение вещей. Все имена данного ряда связаны с субстанциями, в составе которых непременно присутствует жир, использующийся для смазывания механизмов или иных объектов для того, чтобы облегчить или обеспечить их работу.

Обозначения денег как жизненной необходимости. Данные лексемы причисляются к основанным на образах и ассоциациях, возникающих из понятия «деньги». В какой-то мере, деньги определяют, насколько человек приспособлен к окружающей среде. Поэтому многие стремятся обладать ими. Чем больше денег, тем лучше для человека.

Подводя итоги исследования, можно сказать, что путём классификации, сравнения и изучения денежных обозначений было составлено некое представление о культурологических особенностях англоговорящих наций через отношение их представителей к деньгам. Разностороннее развитие жизни может являться причиной такого широкого разнообразия обозначений денег.

#### Литература и источники:

- 1, 2. Copyright © 2010-2020 Словари, энциклопедии и справочники - Slovar.cc
3. Сулейманова, Н. М. Номинативные особенности языковых единиц / Н. М. Сулейманова, Ж. Р. Насруллаев. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2018. — № 7 (193). — С. 212-213. — URL: <https://moluch.ru/archive/193/48401>

4. Амосова Н.Н. Основы английской фразеологии – М., 1989
5. Шанский Н.М. Фразеология современного английского языка – М., 1985

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Омеличкина С. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

УДК 81'276

## **ВЕРБАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ ПОЛИТИКА У. ЧЕРЧИЛЛЯ**

*Шафикова А. А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[asya.shafikova@yandex.ru](mailto:asya.shafikova@yandex.ru)

Данная работа посвящена анализу и описанию языковой личности Уинстона Черчилля в политическом дискурсе его публичных выступлений. Целью исследования определено выявление и анализ ключевых особенностей манифестации языковой личности выдающегося политического лидера Великобритании Уинстона Черчилля, а также более или менее целостное воссоздание ее структуры на материале речей политика. В качестве источников исследования использованы данные научных работ, рассматривающих понятия языковой личности и политического дискурса. Материалом для анализа послужила речь “*Blood, Toil, Sweat and Tears*”. Объектом исследования является языковая личность как лингвокультурная категория. Предмет изучения составляют языковые средства репрезентации вербально-семантического и мотивационного уровней языковой личности У. Черчилля. В ходе исследования осуществлен анализ различных подходов к определению специфики политического дискурса и лингвокультурной категории языковой личности, изучены авторские концепции относительно структурных составляющих языковой личности, выявлены и проанализированы особенности репрезентации языковой личности У. Черчилля на вербально-семантическом и мотивационном уровнях в политическом дискурсе. Полученные результаты исследования могут быть использованы в практике межкультурной коммуникации, а также в академических курсах по лингвострановедению Великобритании, интерпретации текста и риторике.

**Ключевые слова:** языковая личность, политический дискурс, вербально-семантический уровень, мотивационный уровень, функциональный стиль.

## **VERBAL MEANS OF REPRESENTATION OF W. CHURCHILL'S LINGUISTIC PERSONALITY**

*Shafikova A.A.*

Kemerovo State University

The paper studies the linguistic personality of an outstanding British statesman, Winston Churchill, in the political discourse of his public speeches. The aim of the study is to identify and analyze the key features of the manifestation of W. Churchill's linguistic personality and its structure on the basis of his famous speech “*Blood, Toil, Sweat and Tears*” addressed to the nation at the start of World War II. The sources for the research are the data of scientific works dealing with the concepts of linguistic personality and political discourse. The object of the research is a phenomenon of linguistic personality as a linguocultural category. The subject of the study is a set of linguistic means of representation at the verbal-semantic and motivation levels of W. Churchill's linguistic personality. The paper deals with the analysis of various approaches to the concepts of political discourse and linguistic personality, highlights the theory of linguistic

505

personality in its diverse aspects, identifies and describes the features of W. Churchill's linguistic personality at the verbal-semantic and motivation levels. The obtained results of the research may prove helpful in the field of intercultural communication, as well as in a number of academic courses, such as Country Studies (Great Britain), Text Interpretation and Rhetorics.

**Key words:** linguistic personality, political discourse, verbal-semantic level, motivation level, functional style.

Одной из наиболее интересных и широко изучаемых категорий лингвокультурологии является понятие языковой личности. Актуальность подобных исследований объясняется тем, что человек издревле стремится познать себя и окружающую действительность через призму языка. В работах лингвистов отражены вариативные подходы и трактовки феномена языковой личности, освещаются различные аспекты ее вербального и невербального поведения, а также особенности ее экспликации в различных типах дискурса.

Наиболее многогранному рассмотрению категория языковой личности, на наш взгляд, подвергается в научных трудах Ю.Н. Караулова, который определяет данное понятие как “личность, выраженную в языке (текстах) и через язык, как личность, реконструированную в основных своих чертах на базе языковых средств” [1, с. 38]. Языковая личность активно и разносторонне проявляет себя в различных сферах действительности и дискурсах. Последние представлены вариативными типами, имеют общие и отличительные характеристики, а также служат полем и, одновременно, средством экспликации индивидуальных социально-психологических, нравственных и профессиональных качеств языковой личности. Одной из плодотворных и актуальных областей для междисциплинарного исследования данного феномена является политический дискурс.

Под политическим дискурсом будем понимать “как институциональные, так и неинституциональные формы общения, в которых к сфере политики относится хотя бы одна из трех составляющих: субъект, адресат или содержание общения” [3, с. 46]. Особенность данного типа дискурса, по мнению Е.И. Шейгал, заключается в том, что ему не присуща обособленность и перенасыщенность специальной терминологией в силу его направленности на широкую публику. В работе сформулированный подход принят за основу, поскольку представляется наиболее обоснованным и гибким.

В представленном фрагменте исследования рассматривается вербальная составляющая языковой личности Уинстона Черчилля в политическом дискурсе публичных выступлений на материале речи “*Blood, Toil, Sweat and Tears*”. Систематизация языкового материала и анализ структуры языковой личности данного политического деятеля осуществляется в рамках концепции, предложенной Ю.Н. Карауловым, в соответствии с которой дается характеристика вербально-семантического и мотивационного (прагматического) уровней рассматриваемой языковой личности.

Прежде всего, интерес для анализа представляет структурная организация речи: композиционно в ней выделяются две части, оформленные в разных функциональных стилях. Первая часть отражает характеристики официально-делового стиля: об этом свидетельствуют сдержанные интонации устного дискурса, профессиональная манера разъяснения положения вещей в Европе, минимум выразительных средств и одновременно частотность политических терминов и специальных слов. Во второй части выступления в большей мере актуализируются черты публицистического стиля, поскольку она представляет собой личное обращение Черчилля к соотечественникам с целью укрепления национального духа и чувства патриотизма: здесь отчетливо идентифицируются такая паралингвистическая составляющая, как предупреждающая интонация, свидетельствующая о решимости дать отпор врагу, воодушевляющие призывы, а также значительный арсенал выразительных средств и стилистических приемов.

Таким образом, особенность вербальной составляющей данной речи обусловлена, прежде всего, особенной комбинаторикой языковых средств. Важность единения нации в трудные времена и его ключевая роль для победы целенаправленно акцентируется

оратором посредством частотного использования таких лексических единиц, как *the unity* и *the nation*: “*resolve of the nation*”, “*will of Parliament and the nation*”, “*the unity of the nation*”. Более того, чтобы подчеркнуть единство правительства и гражданского общества, Черчилль прибегает к использованию местоимения “*we*”. Лексические и анафорические повторы данного местоимения служат для выражения простой, но очень важной мысли - в грядущие темные времена нация сможет выстоять только при условии ее сплоченности: “*We have before us an ordeal of the most grievous kind. We have before us many, many long months of struggle and of suffering.*”

Подчеркивая жестокость и бесчеловечность испытания, пройти через которое предстоит не только Великобритании, но всему миру, Черчилль использует эпитеты и дает войне следующее метафорическое определение: “*...a monstrous tyranny, never surpassed in the dark, lamentable catalogue of human crime.*” Политик также осознает и отмечает масштаб приближающейся войны, используя при этом превосходную степень прилагательных: “*one of the greatest battles in history*”, “*an ordeal of the most grievous kind*”.

Выражая собственную позицию и позицию правительства относительно сложившейся ситуации, Черчилль использует вопросно-ответную форму изложения: “*You ask, what is our policy? I can say...*”, “*You ask, what is our aim? I can answer...*”. Поскольку сам Черчилль убежден в том, что единственно возможный и приемлемый итог - это победа, свою веру он внушает нации посредством лексического повтора номинации “*victory*”: “*...victory, victory at all costs, victory in spite of all terror, victory, however long and hard the road may be...*”. Уверенные ответы оратора – свидетельство того, что премьер-министр не сомневается в том, что его позиция полностью совпадает с настроением его сограждан.

На мотивационном (прагматическом) уровне языковая личность реализуется через использование различных коммуникативных стратегий и тактик, обусловленных ее целями и мотивами. Специфика последних характеризует языковую личность У. Черчилля как политика, который ответственно подходит к решению задач, стоящих перед ним как перед главой государства, при этом четко и однозначно представляя роль своего народа в контексте исторических событий. Так, главными стратегиями в речи политического деятеля являются: 1) стратегия самопрезентации; 2) информационно-интерпретационная стратегия; 3) стратегия формирования эмоционального настроения [2, с. 8].

Стратегия самопрезентации реализуется посредством таких коммуникативных тактик, как отождествление, солидаризация с адресатом, дистанцирование и др. Как свидетельствует анализ, для оратора наиболее типична тактика отождествления: частотное использование местоимения “*we*” подчеркивает, что только совместными усилиями возможно выиграть надвигающуюся войну и удержать позиции Великобритании в уже ведущихся военных операциях: “*...that we are in the preliminary stage of one of the greatest battles in history, that we are in action at many other points in Norway and in Holland, that we have to be prepared in the Mediterranean...*” Использование тактики отождествления с гражданами страны и правительством характеризует языковую личность У. Черчилля как политического лидера-патриота, которого глубоко волнует судьба родины и ее народа.

Информационно-интерпретационная стратегия позволяет при информировании выразить личностное оценочное суждение и реализуется посредством тактики признания существования проблемы. У. Черчилль был одним из первых политических деятелей, открыто заявивших о существовании угрозы перед лицом разгорающейся войны. И, когда опасения премьер-министра подтверждаются, он не только не замалчивает проблему, но и не пытается преуменьшить ее масштабы: “*one of the greatest battles in history*”, “*an ordeal of the most grievous kind*”, “*...many, many long months of struggle and of suffering.*”

Использование стратегии формирования эмоционального настроения обусловлено тем, что Черчилль, являясь руководителем государства, обращается к населению страны с важным сообщением о чрезвычайных событиях. Данная стратегия реализуется преимущественно тактикой единения и тактикой учета ценностных ориентиров адресата. Тактика единения проявляется в том, что оратор неоднократно подчеркивает величие народного единства и,

утверждая, что именно оно является залогом могущественной силы, призывает к активным действиям: “*our cause*”, “...*I say, "Come then, let us go forward together with our united strength."* В своем выступлении Черчилль также реализует тактику учета ценностных ориентиров, апеллируя к такому ценностному ориентиру как победа, и неоднократное использование номинации “*victory*” служит тому подтверждением: “...*victory, victory at all costs, victory in spite of all terror, victory, however long and hard the road may be...*”. Все это свидетельство тому, что Черчилль хорошо осведомлен о значимых для гражданского общества установках и выражает в своей речи позицию, которая однозначно будет одобрена и поддержана.

Таким образом, в рассмотренном выступлении У. Черчилля наиболее ярко представлены стратегия самопрезентации, информационно-интерпретационная стратегия и стратегия формирования эмоционального настроения. Использование данных стратегий характеризует Уинстона Черчилля как политика, который отстаивает интересы своей нации и призывает ее граждан к действиям, необходимым для победы над врагом.

Как свидетельствует изученный языковой материал, в ряде случаев одни и те же вербальные средства могут актуализировать составляющие языковой личности на разных уровнях ее структуры. В относительно небольшом по объему публичном выступлении Черчилль как искусный оратор успешно решает целый ряд коммуникативных задач информационного, побудительного и прагматического характера - во многом благодаря тщательному выбору языковых средств, позволивших лидеру страны наиболее точно и эмоционально изложить ключевые позиции своего обращения к нации.

Дальнейший этап исследования предполагает изучение тезауруса языковой личности У. Черчилля на основе более репрезентативного ряда произведенных им текстов.

#### **Литература и источники**

1. Караулов, Ю.Н. Русский язык и языковая личность / Ю.Н. Караулов. - М.: ЛКИ, 2010. - 264 с.
2. Паршина, О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России: автореферат диссертации кандидата филологических наук: 10.02.01 / О.Н. Паршина. - Саратов, 2005. - 48 с.
3. Шейгал, Е.И. Семиотика политического дискурса: диссертация кандидата филологических наук / Е.И. Шейгал. Волгоград, 2000. - 431 с.
4. America's National Churchill Museum. Churchill W. Blood, Sweat, Toil and Tears [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.nationalchurchillmuseum.org/blood-toil-tears-and-sweat.html> (дата обращения: 22.09.2020).

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

**УДК-811.5**

### **ГЛАГОЛЬНЫЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С КОМПОНЕНТАМИ, ОБОЗНАЧАЮЩИМИ ДЕЙСТВИЯ ЧЕЛОВЕКА, КАК СПОСОБ ОТРАЖЕНИЯ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЫ МИРА (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО ЯЗЫКА)**

***Шебеко К. И.***

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[kris.shebeko@mail.ru](mailto:kris.shebeko@mail.ru)

Данная работа выполнена в рамках одного из направлений современной лингвистики – лингвокультурологии. Статья посвящена изучению менталитета, образа жизни, ценностей, традиций, отношений и идентичности народа на материале фразеологических единиц русского языка. Фразеологизмы являются отражением бытия народа, то есть носителем культурно значимой информации, которая формирует языковую картину мира. Объектом изучения выступает образ человека через производимые им действия с компонентами частей тела в русской лингвокультуре. Предметом изучения является семантическая сторона глагольных фразеологизмов, характеризующих действия через определенные части тела русского человека. В статье приводится классификация фразеологизмов с данными компонентами, описываются результаты исследования.

**Ключевые слова:** фразеологизм, языковая картина мира, лингвокультура, культура, миропонимание, фразеологический оборот, мировидение.

## **VERBAL PHRASEOLOGISMS WITH COMPONENTS DENOTING HUMAN ACTIONS AS WAY TO INCLUDE LANGUAGE VIEW OF THE WORLD (BASIS ON RUSSIAN LANGUAGE)**

*Shebeko K. I.*

Kemerovo State University

This work was carried out as an element of the modern linguistics - linguoculturology. This article is devoted to the study mentality, way of life, values, traditions, attitudes and identity of the people on the basis of phraseologisms units of russian language. Phraseologisms are a reflection of the existence of people, that is, a carrier of culturally significant information that forms the linguistic picture of the world. The object of study is the image of a person through the actions he performs with the components of body parts in Russian linguistic culture. The subject of study is the semantic side of verbal phraseological units that characterize actions through certain parts of the body of a Russian person. The article provides a classification of phraseological units with these components, describes the research results.

**Keywords:** phraseology, language worldview, linguoculture, culture, world outlook, phraseological turnover.

Язык является важным способом определения принадлежности человека к национальной культуре, которая вербализируется через его единицы. Одна из задач современной лингвистики – понять, как отражается культурное сознание нации в языке. Особую роль в отражении культуры и мировосприятия народа играет фразеология. Поскольку язык – главный коммуникативный инструмент, который хранит и передает информацию. «Самым эффективным средством фиксации и накопления культурной информации является идиоматика языка» [1, с. 1]. Фразеологизмы имеют долгую историю происхождения, они связаны с историческими фактами, поэтому крайне важно уметь правильно употреблять устойчивые выражения в речи, обращая внимание на их семантику.

В данной статье нами предпринята попытка показать, как фразеологические ресурсы русского языка отражают менталитет, идентичность и систему ценностей его носителей. Цель работы состоит в описании фрагмента языковой картины мира на материале фразеологизмов с компонентами, обозначающими производимые человеком действия, которые направлены на его части тела, с позиций лингвокультурологии. Для анализа были выбраны глагольные фразеологизмы с компонентами, обозначающими действия человека, из фразеологического словаря русского языка А. И. Молоткова [2]. В статье рассмотрены 113 глагольных фразеологизмов с компонентами: голова (24), глаза (36), плечо (5), руки (35) и ноги (13).

Стоит отметить, что на сегодняшний день нет единого мнения по вопросу определения фразеологического оборота как языковой единицы. Многие ученые-филологи расходятся во мнениях и выделяют разные характерные черты фразеологизмов. Отечественный филолог

Н. М. Шанский считает, что «фразеологический оборот – это воспроизводимая в готовом виде языковая единица, состоящая из двух или более ударных компонентов словного характера, фиксированная по своему значению, составу и структуре» [3, с. 22]. Исследователь указывает на то, что основное свойство фразеологического оборота – воспроизводимость в готовом виде, обязательно с фиксированным значением и структурой.

Российский лингвист доктор филологических наук В. Н. Телия говорит о том, что «фразеологизм – это общее название семантически связанных сочетаний слов и предложений, которые, в отличие от сходных с ними по форме синтаксических структур, не производятся в соответствии с общими закономерностями выбора и комбинации слов при организации высказывания, а воспроизводятся в речи в фиксированном соотношении семантической структуры и определенного лексико-грамматического состава» [4, с. 559-560].

Ученый А. В. Кунин определяет фразеологизмы как «устойчивые сочетания слов с осложненной семантикой, не образующиеся по порождающим структурно-семантическим моделям переменных словосочетаний» [5, с. 16].

По мнению многих исследователей, фразеологизмы – это языковые единицы, которые извлекаются из памяти, не могут быть созданы в процессе общения и изменены, так как будет утерян их исходный смысл. Фразеологизм обладает устойчивостью, целостностью, образностью, непереводаемостью на другие языки. Рассматривая фразеологические единицы, мы понимаем, что для них характерна тесная связь с культурой и мировосприятием народа. Анализ семантики фразеологизмов отражает особенности того, как представители определенного этноса интерпретируют и оценивают мир, что позволяет реконструировать фрагмент языковой картины мира.

Некоторые исследователи определяют картину мира как способ или же образ мышления, способ его восприятия: «Картина мира – способ мировидения и мышления. <...> Система интуитивных представлений о реальности» [6, с. 127]. Наравне с картиной мира важно дать определение и языковой картине мира. Например, З. Д. Попова и И. А. Стернин считают, что языковая картина мира – это «совокупность зафиксированных в единицах языка представлений народа о действительности на определенном этапе развития народа, представление о действительности, отраженное в значениях языковых знаков – языковое членение мира, языковое упорядочение предметов и явлений, заложенная в системных значениях слов информация о мире» [7, с. 21].

В ходе структурно-семантического анализа полученного нами материала были выделены группы фразеологизмов с глагольными компонентами, обозначающими действия, направленные на такие части тела человека, как голова (24), глаза (36), руки (35), ноги (13), плечо (5), которые отвечают за определенный алгоритм действий, помогают ощущать мир своим исключительным способом, выражают разными способами чувства и эмоции.

В первую группу вошли фразеологические единицы, семантика которых задается глаголами «бросаться, дурить, морочить, вышибать, вылетать, выскочить» и т. д., которые обозначают действия, связанные с головой (*морочить голову, дурить голову, бросаться в голову*). Рассматривая компонент «голова», можно говорить о том, что данный компонент отвечает за мышление, умственные способности, наши будущие действия. Данные фразеологизмы отображают психологические процессы, которые происходят в памяти и мышлении человека. Они могут иллюстрировать не только процессы забывчивости, но и внимания, внушения. Фразеологизмы с данным компонентом ярко отображают характерные черты человека, что в прошлое время, что и в настоящее, человек всегда мог что-то забыть, резко вспомнить, поменять свое мнение.

Ко второй группе мы отнесли фразеологизмы с глагольными компонентами «смотреть, хлопать, выплакать, высмотреть, мозолить» и т. д., которые предполагают связь с глазами (*выплакать глаза, смотреть прямо в глаза, хлопать глазами*). Это безусловно один из самых важных активных органов человека, с помощью глаз мы получаем информацию об окружающем нас мире, воспринимаем эту информацию. Каждый человек хотя бы

несколько раз плакал в своей жизни, русский народ может показаться в некоторых моментах особо сентиментальным, о чем нам говорят следующие фразеологизмы: «выплакать все глаза», «прятать глаза», «выплакать глаза». Прослеживается явная связь между глазами и слезами, поскольку плач – естественный процесс, неотъемлемый от важного органа – глаз. Некоторые же из фразеологизмов с данным компонентом, например, «вылупить глаза», говорят о том, что русский человек всегда следит за окружающим его миром, ему важно знать происходящее и осмотреть то, что его окружает.

Третью группу составили фразеологизмы с глагольными компонентами «носить, поднять, умыть» и т.д., которые предполагают связь с компонентом рука (*носить на руках, поднять руку, гулять по рукам*). Большинство фразеологизмов данной группы обладают негативной окраской. Категория интенсивности выражена ярко и наиболее ясно отражает действия, которые связаны с восприятием, принадлежностью.

Состав четвертой группы определяется фразеологизмами с глагольными компонентами «встать, стоять, хромать, кланяться» и т. д, которые предполагают связь с частью тела нога (*встать с левой ноги, уносить ноги, упасть к ногам*). Основное значение данного компонента в составе фразеологизмов заключается в передвижении тела в пространстве, движении или стоянии человека. Также некоторые фразеологизмы из данной группы указывают на здоровье или же эмоциональное состояние человека.

В пятую группу вошли фразеологизмы с глагольными компонентами «перекладывать, лежать, сидеть», которые предполагают связь с плечом (*перекладывать на плечи, сидеть на плечах, висеть на плечах*). Основное значение глагольных фразеологизмов с компонентом «плечо» связано с тяжестью, обузой или же заботой о человеке. Они иллюстрируют то, какую ответственность может возложить на себя человек, что и характерно для нашей культуры.

Таким образом, в данной статье мы выявили, что глагольные фразеологизмы с компонентами, обозначающими части тела человека, способны выражать окружающую его действительность, охарактеризовать способ его мышления, менталитет и возможные характерные особенности и привычки. Каждая часть тела играет особую роль не только в нашей повседневной жизни для выполнения каких-либо действий, но и в изучении национальной языковой картины мира и менталитета народа.

#### Литература и источники

1. Четвертакова, Ж. В. Язык как форма выражения национального характера / Ж. В. Четвертакова. – М., 2008. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazyk-kak-forma-vyrazheniya-natsionalnogo-haraktera-1> (дата обращения: 15.03.2021).
2. Молотков, А. И. Фразеологический словарь русского языка / А. И. Молотков. – М.: Советская энциклопедия, 1968. – 534 с.
3. Шанский, Н. М. Фразеология современного русского языка / Н. М. Шанский. – М.: Высшая школа, 1985. – 160 с.
4. Телия, В. Н. Лингвистический энциклопедический словарь / В. Н. Телия. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – 560 с.
5. Кунин, А. В. Курс фразеологии современного английского языка, уч. пособие, 2 изд. / А. В. Кунин. – М.: Высшая школа, 1996. – 381 с.
6. Руднев, В. П. Перевод и параллельный философско-семиотический комментарий / В. П. Руднев. – «Логос», 1999. – № 1. – 101-130 с.
7. Попова З. Д. Когнитивная лингвистика / З. Д. Попова., И. А. Стернин. – М.: АСТ, Восток-Запад, 2007. – 315 с.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Проскурина А. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

## ОСОБЕННОСТИ ЖАНРА ИЗВИНЕНИЯ В КИТАЙСКОЙ И РУССКОЙ КУЛЬТУРАХ

*Ярунина М.Д.*

ФГБОУ ФО «Кемеровский государственный университет»  
[minina.maria@mail.ru](mailto:minina.maria@mail.ru)

В статье раскрываются особенности жанра извинения в китайской и русской культурах, приводится эмпирическое исследование, проведенное среди китайцев и русских, выводы, сделанные в ходе него, а также сравниваются особенности речевого жанра извинения в лингвокультурологическом аспекте России и Китая.

**Ключевые слова:** жанр извинения, речевой жанр, предпосылки извинения, “культ лица” в Китае, вербальные и невербальные средства извинения, виды извинений.

## FEATURES OF THE GENRE OF APOLOGY IN CHINESE AND RUSSIAN CULTURES

*Yarunina M.D.*

Kemerovo State University

The article reveals the peculiarities of the genre of apology in Chinese and Russian cultures the article presents an empirical study conducted among Chinese and Russian, the conclusions made during it, and also compares the features of the speech genre of apologies in the linguoculturological aspect of Russia and China.

**Keywords:** genre of apology, speech genre, background of apology, "face cult" in China, verbal and non-verbal means of apology, types of apology.

На сегодняшний день изучение китайского языка россиянами стало очень популярным. Если раньше все склонялось в пользу изучения английского, то сейчас все больше возрастает интерес к китайскому. Стоит отметить, что прекрасное владение языком не может компенсировать незнание особенностей культуры, традиций, поэтому данная статья имеет особую значимость для изучающих китайский язык.

Если говорить об особенностях жанровых извинений, то это, в первую очередь, важнейшее категориальное состояние, и, как правило, следующее за поступком (не всегда отрицательным), это довольно обширная область для изучения. Извинения подразделяются по видам, среди них основные — ради прощения за какой-либо проступок/ поступок, как вид обращения к кому-либо (с целью получения информации).

Цель предпринятого исследования — сравнить лингвокультурологический аспект извинения в китайской и русской культурах. Актуальность данной работы обусловлена повышающейся ролью изучения китайского языка, вербальных и невербальных компонентов жанра извинения. В ходе статьи рассматривается опрос среди китайцев и русских с целью выявления жанровых особенностей извинения в России и Китае.

Т.Г. Рабенко пишет о важности речевого жанра и его этики, поскольку исследования этикетного поведения представляет реализующие его речевого жанра в качестве экспликации определенного вида речевого действия, которое регулирует коммуникативные взаимоотношения и дает правильно интерпретировать поведение других людей [1, с. 84-85, 87-88].

В рецензии на книгу Р. Ратмайр подчеркивается, что автор выделяет такие предпосылки извинения: «указывается, что извинение релевантно определенным моральным качествам; человек, щепетильно относящийся к истине, т.е. правдолюбивый, скорее принесет извинения. Вместе с тем извинение зависит и от коммуникативно-прагматических

установок говорящего: желающий восстановить отношения скорее принесет извинения» [3, с. 111-112].

В китайской культуре слова “извините” и “спасибо” используются в повседневном общении наиболее часто. Формула извинения может реализовываться в форме краткого извинения (за проступки) или в форме большого (за более серьезные оплошности).

Извиниться на китайском языке можно двумя способами:

对不起 Duìbùqǐ

不好意思 Bù hǎoyìsi

Для китайского языка характерно использование 不好意思 Bù hǎo yìsi (извините, простите). Используя в разговоре данную конструкцию, вы показываете собеседнику свою воспитанность, а также испытываете какое-то стеснение, и так говорят, когда обращаются к незнакомцу или малознакомому человеку.

Извинение не всегда может носить положительный характер, скорее отрицательный, поскольку для китайцев есть такое понятие, как «потеря лица».

Основная коммуникативная цель речевого жанра извинения направлена на сглаживание или улучшение конфликтных ситуаций партнеров коммуникации.

Говоря про культурные особенности Китая, не стоит недооценивать культ лица. Культ лица — некий символ чести, доверия, также может проявляться в извинениях. При потере “лица” китайцы становятся изгоями, для некоторых это что-то вроде конца света, или, что еще хуже, концом жизни. китайцы боятся, что их могут осмеять, неправильно понять, иной раз никак не разрешая конфликты. Итак, остановимся на извинениях.

Далеко не в каждой ситуации можно извиняться. Если китаец совершит подлость по отношению к другому человеку, то он не будет извиняться по нескольким причинам: извинись он, обидчик потеряет лицо, выманивать извинение тоже нельзя, так как они оба могут потерять лицо. Данные конфликты остаются в стагнации, однако чем больше обидчик старается угодить пострадавшему, тем больше вероятность, что второе лицо вас простит.

Чтобы проследить динамику в китайской культуре современных китайцев, мы решили провести опрос среди китайцев и русских, потом сравнили полученные данные. Были проведены структурированные интервью. Общее число респондентов составило 30 человек, возраст анкетированных — от 18 до 30 лет. В нашем исследовании участвовало 15 человек русских и 15 китайцев. Соотношение мужчин и женщин составило 1:2.

Для опроса использовались такие программы, как «Spreaky» и «WeChat». Основными методами исследования были анкетирование и опрос с последовательным анализом и сравнением полученных результатов. Данные в ходе исследования были собраны с работы.

Во время исследования выяснилось, что большинство из них — этнические представители хань (80,5%), остальные группы принадлежали к тайцам (10,5%) и тайванцам (примерно 9%). Стоит отметить, что исследование было достаточно трудоемким, поскольку тайцы и тайванцы имели диалекты, либо в их письме присутствовал традиционный китайский язык вместо упрощенного варианта, что тоже затрудняло понимание.

На первом этапе проекта было проведено сравнительное исследование жанровых особенностей извинения. Опрос начинался с самой маленькой возрастной группы (от 18 до 22 лет), потом со средней группы (с 23-26) и самой старшей (от 27-30).

Китайцам и русским был задан такой вопрос: «Перед кем вы наиболее часто извиняетесь (перед друзьями, семьей, начальниками, малознакомыми людьми?)». Следующий вопрос связан с ситуацией: «В каких ситуациях Вы наиболее часто извиняетесь?»

Внимание китайских студентов 18-24 лет было сосредоточено на 2 аспектах: китайцы чаще всего извиняются перед малознакомыми людьми и перед семьей. Как ни странно, перед людьми, занимающими высший чин, они либо говорят “ мне очень стыдно” либо

никак не извиняются, показывая поступками, что они искренне раскаиваются о содеянном. Старшая группа респондентов 25-30 лет показала, что китайцы почти никогда не извиняются, как раз таки только перед незнакомыми людьми. А вот касаясь ситуаций извинения, китайцы, независимо от группы, единогласно выбрали следующий ответ: извинения в ситуации «по существу».

Исследование ответов русских показало, что они чаще извиняются словесно (т.е. говорят «извини/те»), в отличие от китайцев, среди которых распространено извинение делом (например, поход в чайную). Стоит отметить, что русские независимо от возрастной группы выбирали извинение перед незнакомым человеком, перед начальником, потом уже извинения перед семьей и перед друзьями. Стоит отметить, что в русской культуре перед близкими извиняются более сухо, нежели перед незнакомцами и людьми, которые занимают высший чин.

Таким образом, исследование помогло выявить особенности жанра извинения в китайской и русской культурах, понять практическую значимость, универсальность вышеупомянутого речевого жанра.

### Литература

1. Рабенко Т. Г. Извинение: речевые тактики жанра и средства их языковой реализации // Гуманитарный вектор. Серия: Филология, востоковедение. 2012. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/izvinenie-rechevye-taktiki-zhanra-i-sredstva-ih-yazykovoy-realizatsii> (дата обращения 04.04.2021).
2. Ратмайр Р. Прагматика извинения: сравнительное исследование на материале русского языка и русской культуры. — М.; Языки славянской культуры, 2003. — 272 с.
3. Апресян Р. Г. Рецензия: Ратмайр Р. Прагматика извинения // Этическая мысль. 2004. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/retsenziya-ratmayr-r-pragmatika-izvinieniya> (дата обращения 07.04.2021)

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

# РЕЧЕВОЕ ЖАНРОВЕДЕНИЕ И АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ТЕКСТА

УДК 81'1

## ТЕКСТЫ С ЛОЖНООРИЕНТИРУЮЩИМИ НАЗВАНИЯМИ КАК ПРОЯВЛЕНИЕ МАНИПУЛЯТИВНОЙ ФУНКЦИИ ЯЗЫКА (НА МАТЕРИАЛЕ ИНТЕРНЕТ-ПУБЛИКАЦИЙ О МЕДИЙНЫХ ЛИЧНОСТЯХ)

*Алешкович Д. К.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[chemfrnk@gmail.com](mailto:chemfrnk@gmail.com)

В данной статье рассматриваются заголовки публикаций с ложноориентирующими названиями, объектом которых являются медийные личности, на материале газетных новостных онлайн-изданий. Заголовки подвергаются дискурсивному анализу в условиях их функционирования, так как в дискурсивном анализе главное - цель речевого воздействия, что мы и будем исследовать. Средства массовой информации обладают огромной воздействующей силой, и они этим успешно пользуются с целью получения собственной выгоды. В современных средствах массовой информации огромную роль играет ложная информация, которой апеллируют для привлечения внимания читателя, а пафосный заголовок в совокупности с известным именем оказывает еще больший эффект на адресата. Медийная личность является своеобразной “уловкой” для того, чтобы со статьей ознакомилась более широкая аудитория. Авторы таких публикаций используют слово как инструмент для манипулирования сознанием. В основу статьи положена идея о существовании взаимодействия способов манипуляции и психотипов адресатов. Предлагаем рассмотреть манипулятивные способы воздействия средств массовой информации на читателя и сделать вывод о том, что такие формы влияния могут быть использованы с неблагоприятными целями.

**Ключевые слова:** онлайн-издания, ложная информация, манипулирование сознанием, психотип адресата.

## MEDIA PERSONALITY AS AN OBJECT OF ARTICLES WITH FALSE ORIENTATING TITLES

*Aleshkovich D. K.*

Kemerovo State University

This article examines the headlines of publications with false orientating names, the object of which is media personalities, based on the material of newspaper news online publications. Headings are subjected to discursive analysis in the conditions of their functioning, since in discursive analysis the main thing is the purpose of speech influence, which we will investigate. The mass media have a huge influence, and they successfully use it for their own benefit. In modern mass media, false information plays a huge role, which is appealed to to attract the reader's attention, and a pretentious headline combined with a well-known name has an even greater effect on the recipient. The media personality is a kind of "trick" to get a wider audience to read the article. The authors of such publications use the word as a tool for manipulating consciousness. The article is based on the idea of the existence of interaction of manipulation

methods and psychotypes of recipients. We propose to consider manipulative ways of influencing the mass media on the reader and conclude that such forms of influence can be used for unseemly purposes.

**Keywords:** online publications, false information, manipulation of consciousness, psychotype of the addressee.

Данная статья выполнена в направлении манипулятивных способов речевого воздействия, входящие в активную научную парадигму антропоцентрической лингвистики. Согласно теории антропоцентризма, в центре которой находится человек говорящий, одним из важнейших аспектов речевого функционирования является адресат. Сейчас современные лингвисты проявляют интерес к такой характеристике современной речевой деятельности, как специфике манипулятивного воздействия в масс-медиа. Этот интерес предполагает изучение особенностей и способов манипуляции СМИ.

По нашим наблюдениям, в современном обществе средства массовой информации все чаще эксплуатируют такую форму воздействия как манипуляция сознанием. Манипуляция глобализируется посредством существования современных онлайн-СМИ, что позволяет авторам новостных статей ориентироваться на широкие массы.

Под ложноориентирующим названием мы имеем в виду название статьи, которая опубликована с целью вызвать интерес, но не отражает суть самого контента. Одна из главных функций такого заглавия - привлечение внимания. Новостные публикации с неординарными, интригующими, пафосными названиями чаще выбирают для ознакомления, чем статьи с обычным заголовком без намека на что-то малоизвестное, запретное или негативное. Манипуляторы часто строят свой расчет на апелляции к невысоким сторонам психики людей, что можно проследить в заголовках статей о медийных личностях. Манипуляция представляет собой игру на низменных чувствах человека, интересу людей к чужой жизни, личным проблемам, сплетням, слухам. Поэтому в ложноориентирующих названиях часто встречаются специфические фразы и слова-маркеры, такие как “вся страна ахнула, страна рыдает, впервые, сенсация, эксклюзив, шокирующее известие”, использующиеся с желанием вызвать ажиотаж.

Главная цель авторов статей с ложноориентирующими заголовками - получение прибыли. Такие заголовки также называются “кликбейт - заголовками”, “кликабельными” заголовками, то есть названия, которые точно “зацепят” целевого адресата, чтобы он “кликнул” на них для дальнейшего просмотра. Этот вид заголовка был придуман в индустрии рекламы, как известно, самого мощного способа манипуляции, и специально рассчитывался на психотип человека, читающего текст. В результате чего привлекается аудитория для просмотра персонально подобранной интернет-алгоритмами рекламы, размещенной на сайте данного новостного онлайн-издания. Таким образом очевидно, что авторы таких статей манипулируют сознанием человека и используют ложноориентирующие названия как орудие для извлечения выгоды.

Цель нашего исследования - описать способы манипулятивного воздействия, которые встретились в статьях. Материалом для этого послужили 32 статьи, взятые из новостных онлайн-изданий «Starhit», «ДНИ.РУ», «News-press24» и «ЭКСПРЕСС ГАЗЕТА».

Как правило, степень манипулятивного воздействия не совпадает со степенью значимости новости. В результате анализа публикаций установлена типология текстов по степени адекватности названия и контента и по соответствию контента модальности названия.

Например, статья с названием: “Филипп Киркоров: «Я же теперь безработный артист!»” [1]. Читатель ожидает узнать о том, что артист потерял работу и впоследствии лишился способа заработка. Однако, открыв статью, адресат понимает, что у певца случилось только временное затишье в работе в связи с пандемией и он уже успел обеспечить себя деньгами на долгие годы. Здесь наблюдается частичное соответствие контенту и полное

несоответствие модальности: по названию можно предположить, что модальность негативная, хотя на самом деле положительная.

Также часто встречаются публикации с абсолютным несоответствием названия и содержания и кардинальным несовпадением с пафосом заголовка. ««Каждый раз поражаюсь»: уязвленная Бузова вклеила оплеуху зарвавшейся Собчак» [2]. Название статьи предполагает ситуацию, вызывающую крайнее негодование общественности, читатель ожидает узнать историю возмутительного скандала. Но, перейдя по ссылке, становится ясно, что до рукоприкладства никто из коллег по сцене не опускался, конфликт разрешился только сдержанными комментариями Ольги Бузовой.

Публикация идентичная предыдущей: «Агата Муцениеце оставила детей и покинула Россию» [3] - адресат предполагает, что актриса бросила своих детей и навсегда переехала в другую страну. Создается крайне негативный образ Агаты, хотя в содержании все совершенно иначе: певица решила впервые отдохнуть для себя за границей, оставив детей под присмотром в России.

Как видно из вышеприведенных примеров, информация в заголовках является ложноориентирующей и используется для достижения прагматической цели, хотя подается как информативная. Огромную роль в манипуляции играет лексика, которую используют авторы ложноориентирующих статей. Слова с негативной коннотацией, использование сниженной лексики, радикальность заголовков, пафос как намек на скрытое или, наоборот, «кричащее». Все это является манипулированием сознанием людей и игрой на их низменных устремлениях, на потребностях психики адресата соприкоснуться с невысоким.

Авторы статей с ложноориентирующими названиями имеют цель, которая не совпадает с целью читателя. Значимость новости не соответствует ожиданиям читателя. Но все же цель авторов всегда достигнута, адресат верит заголовку и переходит по ссылке, тем самым выполняя замысел авторов - просмотреть рекламные баннеры и принести им прибыль.

#### **Литература и источники:**

1. «Starhit» // Новостное интернет-издание – URL: <https://www.starhit.ru/novosti/filipp-kirkorov-ya-je-teper-bezrobotnyiy-artist-237772/>
2. «ДНИ.РУ» // Новостное интернет-издание – URL: <https://dni.ru/showbiz/2021/4/7/475402.html>
3. «ЭКСПРЕСС ГАЗЕТА» // Новостное интернет-издание – URL: <https://www.eg.ru/showbusiness/1150682-agata-muceniece-ostavila-detey-i-pokinula-rossiyu/>
4. Чанышева З. З. Информационные технологии смысловых искажений в кликбейт-заголовках // Вестник Пермского университета - Уфа, 2016. - С.54-62.
5. Негодаева О. Б. Язык СМИ: Обзор манипулятивных форм воздействия // LINGUA MOBILS - 2013. - С. 89-96.
6. Остомаров П.И. Антропоцентризм как важнейший признак современной лингвистики // Вестник Кемеровского государственного университета - 2014. - С. 198-203.
7. Материал исследования // 32 статьи с ложно ориентирующими названиями – URL: <https://drive.google.com/file/d/1xctnqqVH56t9w5FUBJ2ytjIYNgwlrEV/view?usp=sharing>

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

**УДК 81-114**

**СРЕДСТВА ВОЗДЕЙСТВИЯ В РЕКЛАМНОМ ТЕКСТЕ**  
*Ахметзянова Ю.А.*

ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»

Основное содержание исследования составляет изучение вербальных и невербальных средств речевого воздействия в рекламном тексте, взаимодействие указанных средств воздействия в рекламном тексте с точки зрения перлокутивного эффекта. Рассматриваются основные концепции коммуникативной лингвистики в области речевого и неречевого воздействия. Основной целью работы является выявление манипулятивного потенциала, реализующегося в рекламном тексте посредством языковых и неязыковых средств.

**Ключевые слова:** реклама, речевое воздействие, манипулятивный потенциал, средства воздействия в рекламе, языковые средства манипуляции, неязыковые средства манипуляции.

## **MEDIA IN THE ADVERTISING TEXT**

*Akhmetzianova U.A.*

Kemerovo State University

The main content of the research is the study of verbal and non-verbal means of speech influence in the advertising text, and non-linguistic means of influence, the interaction of these means of influence in the advertising text from the point of view of the perlocutionary effect. The basic concepts of communicative linguistics in the field of speech and non-speech influence are considered. The main goal of the work is to identify the manipulative potential that is realized in the advertising text through linguistic and non-linguistic means.

**Key words:** advertising, speech influence, manipulative potential, means of influence in advertising, linguistic means of manipulation, non-linguistic means of manipulation.

Данная работа посвящена исследованию манипулятивного потенциала рекламного текста. Рекламный текст по своей природе обладает указанным потенциалом, так как цель создания рекламного текста – это продвижение или презентация товаров, услуг или идей с целью увеличения их продаж [1], что является следствием воздействия рекламного текста на потребителя.

Цель исследования – выявить и классифицировать языковые и неязыковые средства воздействия в рекламных текстах.

В качестве фактологической базы исследования задействованы рекламные тексты газеты «Тайгинский рабочий». Периодичность издания: каждый четверг; тираж: 1200 экземпляров. Для анализа взято 48 выпусков в период с 03.01.2019 по 26.12.2019. Количество текстов – 80 единиц.

Актуальность настоящего исследования обусловлена возрастающим вниманием современной лингвистической науки к прагматическим факторам функционирования языка, и, как следствие, изучению семиотически осложненных (креолизованных) текстов, к числу которых принадлежит рекламный текст.

Установлено, что экономическая функция рекламы – это ее основополагающая функция. Реклама стимулирует сбыт товаров и в целом развивает торговлю [2]. Запуск рекламной компании какого-либо продукта или услуги влечет за собой цепь экономических событий: повышается спрос на рекламируемый товар, рекламодатель получает возможность распространять акции своей компании, так как инвесторы убеждаются в росте сбыта, компании-конкуренты вынуждены либо снижать цены на свой товар, либо наращивать собственную рекламную деятельность, развивается система местных поставщиков и компания подключается к широкому кругу организаций, наращиваются объемы производства, нанимается новый персонал [3].

Таким образом, участники рынка либо сами меняют условия, либо перестраиваются под новые условия, диктуемые конкурентами. Реклама – это мощный инструмент управления экономикой. Основным адресатом рекламного текста остается потребитель. От целевой

аудитории зависят характеристики рекламного продукта, в интересах рекламодателя исследовать свою целевую аудиторию и выявлять ее потребности для более эффективной стратегии рекламной кампании.

Одним из самых распространенных мест для размещения рекламы является пресса. Местные или локальные газеты распространяются в пределах одного населенного пункта [4]. При использовании средств воздействия необходимо учитывать фактор адресата [см. 5]. Для местной газеты (письменная коммуникация) могут быть учтены следующие характеристики целевой аудитории (по теории И.А. Стернина): во-первых, это разнородная аудитория, то есть включает людей разного возраста и разной профессиональной подготовки; во-вторых, по размеру это большая аудитория, здесь можно учитывать численность населения города; в-третьих, по возрасту эта аудитория будет преимущественно состоять из людей среднего и старшего возраста, это объясняется спецификой аудитории печатных СМИ в целом, а молодежь предпочитает электронные источники информации и мало интересуется газетами, скорее будет читать новости родного города в социальных сетях; в-четвертых, по типу ригидности-гибкости аудитории (характеристика зависимости аудитории от авторитетных мнений и способность менять свое мнение под влиянием авторитета, по определению И.А. Стернина) здесь будет скорее средний тип, это связано с предыдущими характеристиками, а именно разнородностью целевой аудитории [6].

В результате исследования в рекламных текстах газеты «Тайгинский рабочий» обнаруживаются следующие языковые и неязыковые средства воздействия.

### **Языковые средства**

#### **1. Лексические средства:**

- метафора («*Вдохните жизнь в ваш офис*», «*Аромат жизни*» - придание особой эмоциональности тексту);
- олицетворение («*Шкафы – специалисты для вашего хранения*» - также придается эмоциональность);
- гипербола («*Ультраблестящие блески*», «*Адская стойкость краски*» - подчеркивается особое преимущество товара также с особой эмоциональностью);
- сравнение («*Немецкое качество*» - создается впечатление апелляции к авторитетному источнику, вызывает доверие потенциального потребителя);
- эпитет («*Исключительная чувствительность датчиков движения*» - подчеркивается особое преимущество товара).

#### **2. Синтаксические средства:**

- парцелляция («*Аксесуары. Гарантия. Товар сертифицирован*» - короткие предложения следуют правилу лаконичности и также вызывают доверие у потребителей, хорошо воспринимаются и запоминаются);
- антитеза («*Минимум времени – максимум покупок!*» - подчеркивается преимущество);
- риторическое обращение («*Только сегодня и только для вас...*» - момент эксклюзивности и ускорения, как правило, на потребителя сильнее воздействуют фразы, указывающие на ограниченность предложения);
- вопросно-ответная конструкция («*Проблемы в личной жизни? Заплати налоги и спи спокойно*» - подчеркивается легкость решения проблемы);
- восклицательные предложения («*Просто!*», «*Удобно!*» - краткие усиленные восклицания предложения следуют правилам лаконичности и эмоциональности).

#### **3. Фонетические средства:**

- рифма («*Пельмешки без спешки*» - оригинальные рифмованные короткие предложения привлекают больше внимания, присутствует небольшая доля юмора, что положительно влияет на выбор потребителя);

– слоган («*Несем чистоту в ваш дом*») - слоганы всегда эмоционально окрашены и таким образом усиливают воздействие);

– звукоподражание («*С детским питанием 'Ням-ням' и 'Топ-топ' расти, малыши, большим и крепким!*») - игра на ассоциативном поле с использованием концепта детства).

Рассмотрим подробнее средства речевого воздействия в некоторых примерах. Например, текст «*адская стойкость краски*», как уже было замечено ранее, использует гиперболу как речевое средство воздействия. В данном случае лексема «*адский*» несет на себе основное смысловое значение всей фразы и воздействующий потенциал, так как семантика данной лексемы в значении «*чрезвычайный, чрезмерный*» [7, с. 210] в разговорной речи используется для подчеркнутого усиления признака или свойства какого-либо предмета. В контексте смыслового единства текста данное усиление подразумевает такую стойкость краски, которую невозможно нарушить никакими средствами.

В тексте «*Пельмени без спешки*» используется такое фонетическое средство воздействия, как рифма. Более того, в данном случае мы можем говорить и об использовании аллитерации – повторяется звук «ш», что создает дополнительное воздействующее поле, построенное на ассоциациях с домашним уютом и домашней едой, а также неспешным мирным бытом, что в свою очередь в ситуации рекламирования еды положительно влияет на потребителя, так как в русском языковом сознании домашняя еда ассоциируется с высокими вкусовыми качествами и отсутствием нежелательных ингредиентов.

Текст «*Аксессуары. Гарантия. Товар сертифицирован*» использует парцелляцию как синтаксическое средство речевого воздействия. В данном случае нет подробного описания товара и его преимуществ – наоборот, используется короткая и быстро воспринимаемая форма, идет название товара, а затем две самые выгодные для потребителя характеристики. В русском ассоциативном поле лексема «*гарантия*» означает то, что производитель берет на себя ответственность за качество товара и с точки зрения потребителя лишнее упоминание об этом заслуживает доверия. Кроме того, здесь можно говорить о влиянии советского прошлого на жизнь каждого русского человека, когда с детства присутствует такая установка на качество и долговечность товара и добросовестность производителя, данное влияние испытывает на себе и новое поколение в процессе воспитания. Это очень широкий пласт семантики, тесно связанной с мировоззренческими установками общества, а также стереотипами, рассуждение о котором достаточно обширно для более крупной научной работы, в данной статье мы лишь заметим, что его необходимо учитывать при анализе средств речевого воздействия. Также помним о характеристиках нашей целевой аудитории (большая часть – люди старшего поколения, которые родились и выросли в СССР). Близкая семантика и у фразы «*товар сертифицирован*». Это вызывает доверие у потребителя, так как сертификация товара подразумевает его высокое качество. В комплексе эти лексические средства подкрепляются синтаксическим, так как парцелляция позволяет сделать акцент на каждом слове, а в процессе восприятия отдельные слова активизируют полный семантический и ассоциативный спектр в сознании потребителя, что влияет на его отношение к данному рекламному тексту и в дальнейшем на выбор в пользу данного товара.

Первое правило эффективности речевого воздействия, в соответствии с концепцией И.А. Стернина, – это эмоциональность [6]. Большинство языковых средств в приведенных примерах рекламных текстов действует по данному правилу, они усиливают какие-либо выгодные черты предлагаемых продуктов или услуг (особенно показателен в данном случае пример «*адская стойкость краски*»), выделяют определенные преимущества, которые может приобрести потенциальный потребитель если воспользуется рекламируемой услугой или купит товар, подчеркивают легкость решения каких-либо проблем. Также выявленные средства реализуют правила лаконичности (хотя сама форма рекламного текста является

краткой, здесь можно говорить о выполнении данного условия по умолчанию) и ссылки на авторитеты.

#### **34. Неязыковые средства:**

- цвет;
- шрифтование;
- динамичность;
- контрастность;
- крупные заголовки;
- крупный план товара;
- расположение текста.

Неязыковые средства следуют тем же правилам, что и языковые. Потребитель в первую очередь обращает внимание именно на неязыковые средства (в большинстве случаев неосознанно), языковые и неязыковые средства воздействуют комплексно, поэтому невозможно анализировать их отдельно друг от друга, рекламный текст воспринимается адресатом целостно. Выделенные неязыковые средства также добавляют тексту эмоциональной окраски, усиливают и подчеркивают выгодные свойства товара, - всё это влияет на выбор потребителя в пользу рекламируемого товара или услуги. Рекламодателю важно не пренебрегать визуальной составляющей рекламы. Шрифт, цвет и расположение текста могут как отталкивать, так и привлекать внимание.

Самое важное для рекламодателя – это соблюдение баланса между языковыми и неязыковыми средствами воздействия, использование различных средств также для достижения перлокутивного эффекта должно быть обусловлено целью создания текста. Так как чрезмерно усиленный всевозможными языковыми и неязыковыми средствами рекламный текст скорее оттолкнет потенциального потребителя, что в данном случае можно считать коммуникативной неудачей для рекламодателя.

Таким образом, в рекламных текстах газеты «Тайгинский рабочий» обнаруживаются различные языковые и неязыковые средства воздействия, которые реализуются в комплексе и следуют правилам эмоциональности, лаконичности, апелляции к авторитетным источникам и юмора. При составлении рекламного текста необходимо соблюдать баланс между языковыми и неязыковыми средствами воздействия, так как чрезмерно усиленный различными средствами текст может оттолкнуть потребителя, что приведет к коммуникативной неудаче и снижению перлокутивного эффекта.

#### **Литература и источники**

1. Уэллс, У. Реклама: принципы и практика / У. Уэллс, Дж. Бернет, С. Мориарти. – СПб.: СТЭКС, 1999. – 736 с.
2. Вартанов, С. А. Экономическая теория рекламы: направления формирования // Управленческое консультирование. – 2020. – №8 (140). – С. 157-174.
3. Трубникова, Н. В. Будущее рекламного рынка России в контексте глобализации / Н.В. Трубникова // Вестник РУДН. Серия: Экономика. – 2013. – №5. – С. 180-187.
4. Щепилова, Г. Г. Основы рекламы: учебн. для бакалавров / Г.Г. Щепилова, К. В. Щепилов. – Москва, Берлин: Директ-Медиаю, 2019. – 473 с.
5. Рабенко, Т. Г. Речевой жанр в парадигме лингвистической вариантологии / Т.Г. Рабенко, Н.Б. Лебедева // Вестник Томского государственного университета. – 2017. – № 425. – С. 26-31.
6. Стернин, И. А. Введение в речевое воздействие / И. А. Стернин. – Воронеж: ВГУ, 2001. – 227 с.
7. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений. – М.: Наука, 1997. – С. 210.

**УДК 811.161.1**

**НЕБЫЛИЦЫ КАК СПОСОБ ОТРАЖЕНИЯ  
ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЫ МИРА ДЕТЕЙ**

*Беляева Д. А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[belyaeva.dariaa@mail.ru](mailto:belyaeva.dariaa@mail.ru)

Статья выполнена в русле онтолингвистики, поэтому способствует изучению детского мировоззрения, особенностей ментальной деятельности в процессе социализации ребенка. Рассмотрение детской речи представляет ценность, поскольку еще не является полностью сформированной, находится на стадии становления и отражает процессы овладения ребенком ресурсами родного языка. Особый исследовательский интерес к детской речи обусловлен лингвокреативностью, которая проявляется ребенком при осознании им закономерностей действительности. Своеобразие хода мыслей, или картины мира детей выявляется посредством анализа результатов детского словотворчества. В статье рассматриваются небылицы, придуманные детьми, как носители культурно значимой информации, позволяющей описать специфику языковой картины мира ребенка. Объектом изучения выступают особенности познавательной деятельности детей, отраженные в небыличных текстах. Предметом изучения является тематическое своеобразие и характеристики детских небылиц. Автором приводится ряд небылиц, придуманных детьми, рассматривается их тематическая классификация, описаны результаты анализа собранного материала.

**Ключевые слова:** онтолингвистика, детское словотворчество, лингвокреативность, небылицы, мировосприятие, языковая картина мира, Россия.

**FABLES ARE A WAY OF REFLECTING THE LINGUISTIC WORLDVIEW OF  
CHILDREN**

*Belyaeva D. A.*

Kemerovo State University

The article was carried out in line with ontolinguistics. This work contributes to the study of children's thinking, worldview, features of mental activity in the process of child development. Consideration of the child's speech is valuable because is not yet fully formed, is at the stage of formation and reflects the process of learning a child of the native language resources. A special research interest in children's speech is due to linguistic creativity, which is manifested by a child when he realizes the laws of reality. The originality of thoughts, or picture of the world of children is revealed through the analysis of the results of children's word-creation. The article examines fables invented by children as carriers of culturally significant information that allows one to describe the specifics of the child's linguistic picture of the world. The object of the study is the features of the cognitive activity of children, reflected in non-fictional texts. The subject of study is the thematic originality and characteristics of children's fables. The author cites a number of fables invented by children, considers their thematic classification, describes the results of the analysis of the collected material.

**Keywords:** ontolinguistics, children's word-creation, linguistic creativity, fables, worldview, linguistic picture of the world, Russia.

Человеческое существование немислимо без языка, который сопровождает все виды деятельности людей. Язык транслирует культуру, ценности народа. В родном языке каждого человека отражаются особенности восприятия действительности на фоне культуры. Человек, язык и культура являются неразделимыми компонентами при изучении картины мира носителей языка, включая и детей дошкольного возраста.

В нашем исследовании мы с целью поиска закономерностей мировосприятия детей, отраженных в их речи, обращаемся к молодому направлению в лингвистике – онтолингвистике. Основоположителем отечественной онтолингвистики является С. Н. Цейтлин, научные исследования которой связаны с процессом освоения ребенком родного языка [1]. Речь взрослого человека является для ребенка конечной точкой в познании языка, к которой он неосознанно стремится. Нас интересуют процессы, происходящие с детьми во время прохождения ими пути освоения родного языка, поскольку в них отражаются ход мыслей и особое, еще формирующееся видение мира.

Так как в период взросления детское сознание также развивается, то ребенок пытается различными способами понять всё то, что его окружает. На данном этапе подключается лингвокреативность. «Пространство языковой креативности обнаруживается, таким образом, в разных видах лингвокреативной деятельности языковой личности – как в способности к реализации лингвокреативной идеи в коммуникативных целях путем использования уже готовых единиц языка, так и в словотворчестве, то есть в создании новых единиц языка» [2, с. 48]. Детская способность к словотворчеству проявляется в создании текстов различных жанров. Это могут быть сказки, загадки, придуманные самими детьми. В нашем исследовании мы хотим обратиться к такому виду детского словесного творчества, как небылицы. Под небылицами понимаются «произведения различной жанровой принадлежности, изображающие действительность с преднамеренным нарушением хронологической последовательности событий, причинно-следственных связей и т. д. и создающие полную несообразностей художественную картину мира» [3, с. 144]. В небыличных произведениях по-особенному отражается специфика мыслительной деятельности детей. «Выбор небылиц в качестве материала исследования обусловлен тем, что тексты этого жанра, во-первых, отражают действительность в перевернутом виде, т. е. показывают модели недолжного образа жизни и поведения человека, во-вторых, демонстрируют особенности менталитета и жизненных ситуаций людей – представителей лингвокультуры» [4, с. 664]

Цель нашего исследования – найти специфику и закономерности детского видения мира с помощью небылиц, придуманных самими детьми.

Объектом изучения является неповторимость образа мыслей детей, отраженная в небыличных текстах.

Предметом изучения является тематическая оригинальность и свойства детских небылиц.

В качестве материала выступают 40 небыличных произведений, придуманных детьми и записанных за ними взрослыми.

С самого начала своего жизненного пути ребенок постигает мир вокруг себя. Главными помощниками в этом являются взрослые (родители, родственники, воспитатели). Они задают цель, к достижению которой необходимо стремиться. При общении ребенок усваивает жизненно необходимые узуальные нормы. Также он полагается на собственную интуицию, которая помогает ему ориентироваться в той или иной ситуации. Всё окружение ребенка составляет его инпут. «В широком смысле может определяться как вся звучащая вокруг ребенка речь взрослых носителей языка. Наряду с этим инпут рассматривается как

позитивный вклад взрослого в развитие речи ребенка, включая корректирующую реакцию на детские ошибки» [5, с. 169].

Помимо сказанного, ценным материалом для нас являются такие речевые инновации, как создание новых названий для описания различных явлений [6].

Проанализировав собранный материал, мы выделили четыре основных тематических группы необычных текстов:

**1. Небылицы про людей** («Мы посадим мамочку в маленькую баночку. Будем мамочку любить, будем в баночке носить» Миша, 6 лет, «Это Маша. Ей шесть лет. Каждое утро Маша ходит на работу. Она продавец. У Маши есть мама. Вечером Маша отводит ее в детский сад. Пока Маша работает, мама гуляет, обедает и спит. Мама знает, что утром Маша придет за ней» Ира, 6 лет [7]).

В первой группе текстов для создания произведений дети интерпретируют ситуации из обыденной жизни, при этом по-своему искажая различные явления действительности. В текстах главными героями являются сами дети, родители, друзья. Детское воображение примеряет различные социальные роли, например, встает на место мамы.

**2. Небылицы про животных** («Жил-был в лесу заяц. Он был огромный, рогатый. Все звери его боялись. Как увидят, кто куда прячется. Волк в речку ныряет. Рыбы по норам прячутся. Медведь сразу подальше улетает...» Коля, 7 лет [7] «Злой кабан сидел на ветке и чирикал со своей соседкой, как вчера он у болота встретил синего бегемота. Тот взобрался на сосну и хотел поймать лису...» Илья, 8 лет [8]).

Во втором случае приведенные примеры свидетельствуют об активных взаимоотношениях между представителями животного мира, присвоении им души, характеров, различного поведения. Из особенностей можно отметить совершение действий животными, которые несвойственны им по природе.

**3. Небылицы про людей и животных** «Вы послушайте, ребята, расскажу я вам секрет. У меня живет дракончик, ему целых десять лет! Мы с ним ходим на прогулку, мы с ним ходим на обед, любит он с вареньем булку заедать мешком конфет.» Алиса, 8 лет [8], «Услышал Ваня, что в лесу рыбное болото есть. Там даже крокодилы водятся. Собрался Ваня на рыбалку. Надел рубашку с короткими рукавами, чтобы комары не покусали. Обулся в сандалии, чтобы ноги не промочить. Взял ведро без дна – рыбу домой нести...» Семен, 7 лет [9]).

Третья категория небылиц показывает, что в сознании ребенка сформированы прочные тесные связи с животными. Дети не разделяют мир людей и мир животных, а поддерживают с ним дружеские отношения и находятся на одном уровне. В текстах часто присутствует подмена действий и понятий.

**Небылицы про людей и одушевленные предметы** («Жила-была картошка с глазами. Картошка по сторонам всё разглядывала, а потом другим картошкам рассказывала...» Таня, 6 лет [10], «Однажды захотел я покушать и поставил тарелку с едой и стакан с чаем на стол. И вдруг стол ожил и начал бегать по всему дому. Хорошо, что у нас была бутылочка с жидкостью, которая могла превращать все одушевленные предметы в неодушевленные и наоборот. Я начал догонять стол, догнав, полил на него из бутылочки, и он превратился снова в обыкновенный стол. Наконец-то я стал есть и пить чай» Саша, 7 лет [11]).

Последняя группа необычных текстов характеризуется активным одушевлением неодушевленных предметов, взаимодействием с ними, а также эмоциональной привязанностью и эмпатией по отношению к выдуманным героям.

В приведенных примерах мы видим, что детское сочинительство во многом основано на знаниях из различных художественных произведений, личном опыте, богатом воображении и творческом мировосприятии.

Выявленные нами тематические группы часто дополняются явлениями, связанными с природой.

Мы видим, что небылицы, демонстрирующие реализацию лингвокреативности при создании текста, являются эффективным способом познания мира, поскольку они способствуют укреплению знаний о действительности, тренируют воображение, развивают чувство юмора и логику. Если ребенок способен придумать небылицу, это значит, что его фундаментальные знания о мире достаточно сильны, и он может шутить, проверять на прочность усвоенные закономерности миропорядка.

#### Литература и источники

1. Цейтлин, С. Н. Онтолингвистика в пути / Цейтлин С.Н. // Известия Российского государственного педагогического университета имени А. И. Герцена. – Санкт-Петербург, 2018. – № 189. – С. 12-22.

2. Никитина, О. А. Словотворчество как проявление лингвокреативности современной немецкой языковой личности / О. А. Никитина // Филология и человек: научный журнал. Барнаул: Издательство Алтайского государственного университета. – 2015. – № 1. – С. 47-58.

3. Капица, Ф. С. Русский фольклор: учебное пособие для студентов вузов / Ф. С. Капица, Т. М. Колядич. – М.: Флинта: Наука, 2002. – 320 с.

4. Беляева, Д. А. Небылицы как форма познания мира детьми в китайской лингвокультуре / Д. А. Беляева, А. В. Проскурина // Наука. Технологии. Инновации // Сборник научных трудов в 9 ч. / под ред. Гадюкиной А. В. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2020. – Часть 8. – 950 с.

5. Мальцева, Н. Г. К вопросу о роли языкового окружения (инпута) в усвоении языка / Н. Г. Мальцева // Образование в современном мире, сборник науч. статей под редакцией проф. Ю. Г. Голуба. – Саратов: Изд. Сарат. ун-та, 2016. – С. 169-172

6. Цейтлин, С. Н. речевые инновации: опыт анализа / С. Н. Цейтлин // Исследования по языкознанию: к 70-летию члена-корреспондента РАН А. В. Бондарко. – СПб.: Исследования по языкознанию, 2001. – С. 329-336.

7. Школа скорочтения по методике Шамиля Ахмадуллина. – Режим доступа: [https://vk.com/wall-144232236\\_189](https://vk.com/wall-144232236_189) (дата обращения – 15.03.2021).

8. Библиотека для детей. – Режим доступа: <https://skazkii.ru/archives/20531> (дата обращения – 18.03.2021).

9. Детский сад № 13 «Золотой ключик» <https://novods13.blogspot.com/2020/08/4-5-1208.html>

10. Сайт «Нестандартные дети». – Режим доступа: <https://mama-pomogi.ru/obuchenie/chtenie/nebylitsy-v-razviti-doshkolnikov> (дата обращения – 18.03.2021).

11. Сайт «Учат в школе». – Режим доступа: <https://ucthat-v-skole.ru/biblioteka/nebylitsy/130-nebylitsy-pridumannye-detmi> (дата обращения – 20.03.2021).

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Проскурина А. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

35.

УДК 811.161.1'42

**ДЕВИЧИЙ АЛЬБОМ  
КАК СРЕДСТВО САМОИДЕНТИФИКАЦИИ ДЕВОЧКИ-ПОДРОСТКА**  
*Горовая Я.О., Рабенко Т.Г.*

*Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках проекта  
«Концептуально-ценностный анализ эпистолярного и мемуарного  
наследия жителей Кузбасса» (№ 20-412-420005 р\_а)*

Настоящее исследование выполнено в русле жанроведческого направления, обусловленного антропоцентричностью современной лингвистической науки. В статье развивается идея осуществления идея рассмотрения процесса самоидентификации девочки-подростка как представителя девичьей субкультуры в рамках девичьего альбома. Жанр девичьего альбома является воплощением характерных черт девичьей субкультуры, которая обуславливается половозрастными особенностями автора альбомного жанра. Психологические особенности подросткового возраста стимулируют потребность личности к приобщению к какой-либо социальной группе / категории, к какому-либо классу / уровню. Обозначенная потребность активно реализуется в рамках альбомной коммуникации. Проявления рассматриваемого процесса прослеживаются в рамках диктумно-модусного содержания и жанрово-стилистической организации альбомного текста. Ведущую роль в организации коммуникативного пространства девичьей субкультуры является раздел «Анкета». Структура и функция данного раздела создает условия для обсуждения ценностных ориентиров рассматриваемой социальной группы. Альбомное общение представляет собой устойчивый механизм самоидентификации, самообозначения девочки-подростка в группе сверстников.

**Ключевые слова:** девичий альбом, самоидентификация, девичья субкультура, гендер, антропоцентризм.

**GIRL ALBUM  
AS A MEANS OF SELF-IDENTIFICATION OF A TEENAGE GIRL**  
*Gorovaya Ya.O., Rabenko T.G.*  
Kemerovo State University

The present study was carried out in the mainstream of genre studies, due to the anthropocentricity of modern linguistic science. The article develops the idea of implementing the idea of considering the process of self-identification of a teenage girl as a representative of a girl's subculture within the framework of a girl's album. The genre of the girl's album is the embodiment of the characteristic features of the girl's subculture, which is determined by the gender and age characteristics of the author of the album genre. The psychological characteristics of adolescence stimulate the individual's need to join any social group / category, to any class / level. The indicated need is actively realized within the framework of album communication. The manifestations of the process under consideration can be traced within the framework of the dictum-modus content and genre-stylistic organization of the album text. The leading role in the organization of the communicative space of the girl's subculture is the section "Questionnaire". The structure and function of this section creates conditions for discussing the value orientations of the considered social group. Album communication is a stable mechanism of self-identification, self-designation of a teenage girl in a peer group.

**Key words:** girl's album, self-identification, girl's subculture, gender, anthropocentrism.

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» [7, с. 257]. В связи с этим становится значимым вопрос о том, как осуществляется самоидентификация говорящего / пишущего субъекта в тексте речевого жанра. В рамках настоящего исследования под самоидентификацией предлагается понимать процесс осознания и маркирование принадлежности говорящего субъекта к какой-либо социальной группе / категории, к какому-либо классу / уровню. Разновидностью этого процесса является рефлексивная самоидентификация – описание своей идентичности, номинативная стратегия причисления себя к какой-либо социальной группе / категории, к какому-либо классу / уровню [6, с. 75].

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) [1, 2]. Важно отметить, что гендер означает не физические половые различия, а социально формируемые особенности мужественности и женственности» [3, с. 603]. В свою очередь гендерная инкультурация осуществляется посредством механизмов актуализации аксиологических основ маскулинности и фемининности в рамках сложившейся гендерной культуры [4, с. 4].

Цель предприняемого исследования – определить специфику социальной группы, формируемой вокруг девичьего альбома, выявить средства самоидентификации автора жанра «девичий альбом».

В качестве фактологического материала исследования выступают девичьи альбомы, представленные в архиве Лаборатории естественной письменной речи Кемеровского государственного университета (всего более 40 альбомов).

Девичий альбом – это особым образом, оформленный феномен рукописной письменности – многожанровый, гетерогенный сборник текстов, (сопровожаемых / не сопровождаемых рисунками), выполняющий ряд функций, связанных с художественным самовыражением составителя и его социализацией в своей культурной среде [5, с. 7].

Определяющей функцией рассматриваемого жанра является реализация дружеской и любовно-романтической коммуникации в рамках особого коммуникативного поля, формируемого хозяйкой альбома посредством вовлечения сверстниц, находящихся с ней в доброжелательных отношениях, в процесс заполнения [8, 9]. Наличие замкнутого сообщества, определенного половозрастным фактором, является одним из значимых условий процесса самоидентификации. «Закрытость» альбомного общения и гендерная ориентированность заявлена в номинации альбомов: «Альбом для девочек», «Анкета для девочек», «Секретный дневничок для девочек», «Дневник для девочек». Являясь платформой для гендерной инкультурации, жанр девичьего альбома создает условия для освоения ценностей, актуальных для подросткового возраста, среди которых главенствующими являются любовь, дружба, взаимоотношения между мужчиной и женщиной. Альбом выступает как знак взросления, перехода от одного состояния к другому, дающий возможность владелице альбома заглянуть в мир взрослых [10, с. 11]. Бытование девичьего альбома предполагает наличие пространства для общения, а также характеризуется жанровой структурой, направленной на привлечение новых представителей девичьей субкультуры к участию в альбомной коммуникации. Альбом выступает показателем принадлежности к конкретной субкультуре, а потому его составление зачастую является обязательным, а отказ от ведения альбома может восприниматься как вызов социуму [10, с. 11].

Ведущую роль в формировании диалога между участниками альбомной коммуникации играет раздел «Анкета», представленный системой вопросов, предполагающих ответную реакцию адресата. В каждой анкете присутствует блок стандартных вопросов, направленных на распознавание личности респондента (*ФИО, телефон, день рождения* и др.), что позволяет организовать общение подростков за пределами альбома.

Неотъемлемой частью опросника является блок вопросов, определяющих сферу интересов адресата (*любимый фильм, твоё хобби, любимая музыка и др.*), что позволяет

хозяйке анкеты оценить возможность более близкого общения с интервьюируемым в случае совпадения интересов. Поскольку основными ценностями представительниц девичьей субкультуры является любовь и дружба, то присутствует группа вопросов, направленная на философское осмысление данных понятий (*Любовь — это..., Веришь ли ты в любовь?, Любовь — это счастье или боль? и др.*). Однако наиболее значимыми становятся вопросы о личных взаимоотношениях с представителями противоположного пола (*у тебя уже была первая любовь?, кого ты любишь? и др.*). Наличие ответов на данные вопросы, а также степень их честности зависят от личных взаимоотношений респондента с владелицей альбома.

В каждой анкете присутствует просьба оставить пожелание хозяйке анкеты: *«О хозяйке не забудь — пожелай ей что-нибудь», «Напиши мне что-нибудь на память»*. Реакция респондентов представляется в виде стихотворных или прозаических текстов: *«Будь здоровой и учись на пятерки! Не забывай нас. Твои М и Л»;*

*«Желаю с лестницы свалиться,  
Желаю вылететь в окно,  
Желаю в мальчика влюбиться  
И выйти замуж за него!»*.

Зачастую автором первого опросного листа выступает сама хозяйка альбома, поскольку на своем примере она задает содержание, объем, качество и структуру ответов на вопросы анкеты для последующих респондентов. Так, раздел «Анкета» реализует коммуникативное взаимодействие представительниц девичьей субкультуры, отражающее ценностную картину мира коммуникантов. Содержание вопросов данного раздела соответствует ценностным ориентирам рассматриваемой социальной группы.

Помимо воплощения коллективного сознания, характерного для девичьей субкультуры, заполнение альбома позволяет сформировать собственный образ с целью создания у участников коммуникации положительного впечатления о себе. Самопрезентация владелицы альбома осуществляется посредством раздела «О себе». Важное место в формировании образа автора занимают разделы «Песенник», «Стиховник», «Цитаты и афоризмы». Данные разделы вносят дополнительные смыслы при восприятии хозяйки альбома, формируют позитивное отношение адресата в случае совпадения интересов.

Таким образом, альбомное общение представляет собой механизм самоидентификации девочек-подростков посредством приобщения к сообществу, члены которого связаны общими ценностями; привлечения новых членов сообщества и посвящение их в групповые ценности. Девичий альбом создает условия для личностной самореализации, самообозначения себя в группе сверстников.

### **Литература и источники**

1. Борисов, С. П. Любовный рассказ в ансамбле девичьего альбома. Анкеты // Рукописный девичий рассказ / Сост. С. П. Борисов. – М.: ОГИ, 2002. – 279 с.
2. Борисов, С. Б. Мир русского девичества: 70-90 годы XX в. – М.: Ладомир, 2002.
3. Гидденс Э. Социология. – М.: Эдиториал, 2005. – 632 с.
4. Ильясов, Ф. Н. Гендер как самоидентификация – интерпретация и измерение // Социальные исследования. – 2016. – № 3. – С. 3-14.
5. Калашникова, М. А. Современный альбом: типология, поэтика, функции: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Тверь, 2004. – 27 с.
6. Лаппо, М. А. Самоидентификация и самопрезентация в разных типах дискурса // Вестник НГУ. – 2012. – Т. 6. – Вып. 2. – С. 72-76.
7. Рабенко, Т. Г. Ценностные доминанты дневникового жанра // Аксиологические аспекты современных филологических исследований: Тезисы докладов междунар. научн. конф. – Екатеринбург: ИД «Ажур», 2019. – С. 257-259.

8. Рабенко, Т. Г. Аксиологические доминанты дневникового жанра (на материале личных дневников) // Сибирский филологический журнал. – 2020. – № 2. – С. 302-313.
9. Рабенко, Т. Г., Горювая, Я. О. Типы диалогичности в жанровой структуре девичьего альбома // Культура и текст. – 2021. – № 1(44). – С. 262-275.
10. Чеканова, А. В. Рукописный девичий альбом (традиция, стилистика, жанровый состав): Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Москва, 2006. – 21 с.

УДК 811.111

**ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТОВ  
ЖАНРА «COMMENCEMENT SPEECH»**

*Кузьмина Н.В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[nkuzmina@gmail.com](mailto:nkuzmina@gmail.com)

В представленной статье проводится исследование прагматических особенностей текстов жанра «Commencement speech». Отправной точкой является определение ключевого термина, а именно речевого жанра. Рассматривается его специфика и приводятся различные типологии, разработанные исследователями в этой области. Дается определение термину «публичный дискурс». Исходя из определения вышеперечисленных понятий, дается дефиниция самого явления «Commencement speech», характерного для современной англоязычной лингвокультуры. Феномен «Commencement speech» - это напутственная речь студентам-выпускникам, произносимая, как правило, известным влиятельным человеком или мировой знаменитостью. В первую очередь, основной целью речевого жанра «Commencement speech» является донесение информационного сообщения до аудитории. Вместе с тем речевой жанр ставит такие важные задачи, как поздравление выпускников с окончанием университета и создание позитивного настроения у аудитории. В дополнение к вышесказанному, в статье рассматриваются основные особенности структуры текстов жанра «Commencement speech», состоящей из трех частей: вводной, основной и заключительной. Кроме того, в работе проводится исследование лексических, грамматических, стилистических особенностей организации текстов «Commencement speech», а также обозначается роль сопутствующих факторов в выступлении ораторов.

**Ключевые слова:** Commencement speech, речевой жанр, публичный дискурс, текст, прагматика, композиция, лингвистические приемы.

**THE PRAGMATIC FEATURES OF «COMMENCEMENT SPEECH» TEXTS**

*Kuzmina N.V.*

Kemerovo State University

The article presents a study of the pragmatic features of "Commencement speech" texts. The starting point is to define the key term, namely the speech genre. The article gives its specificity and various typologies developed by researchers in this field. The definition of the term "public discourse" is given. Based on the definition of the above concepts, the phenomenon of "Commencement speech", usually found in modern English-language culture, is explained in detail. Thus, the phenomenon of "Commencement speech" is a specific parting speech to graduate students, delivered by a well-known influential person or a world celebrity. First of all, the main purpose of the speech genre "Commencement speech" is to convey an information message to the audience. At the same time, the speech genre sets such important aims as congratulating students on graduation from the university and creating a positive atmosphere in the audience. In addition

to the above, the article discusses the main structural features of "Commencement speech" texts, which consist of three parts: introduction, main part and final one. In addition, the paper studies the lexical, grammatical, and stylistic features of the organization of "Commencement speech" texts and identifies the role of accompanying factors in the speakers' speech.

**Keywords:** Commencement speech, speech genre, public discourse, text, pragmatics, composition, linguistic techniques.

Сегодня "Commencement Speech" является одним из самых новых и актуальных жанров речевой деятельности, однако данный речевой феномен мало исследован с точки зрения его лингвопрагматических характеристик. В русской культуре не представлены явления, схожие с оригинальным "Commencement Speech", но все же возможно дать примерное определение. Так, "Commencement Speech" – напутственная речь, произносимая выступающим спикером для студентов-выпускников вуза. В качестве оратора наиболее часто выступает известный в стране человек. Например, подобная напутственная речь может быть произнесена известными учеными, политиками, актерами, бизнесменами и другими.

Отправной точкой для изучения данного речевого жанра является рассмотрение таких основополагающих терминов, как речевой жанр и публичный дискурс. Согласно мнению известного философа и литературоведа М.М. Бахтина, речевой жанр представляет собой «относительно устойчивый тематический, композиционный и стилистический тип высказываний (текстов)» [1, с. 239]. М.М. Бахтин видит речевой жанр как совокупность трех единств – темы, стиля и композиции.

Важно подчеркнуть, тексты речевого жанра объективны, но вместе с тем выражают субъективную оценку говорящего по отношению к излагаемой информации [1].

В дополнение к вышесказанному важно обозначить классификации речевых жанров по определенным признакам, однако на данный момент не представлено одной общепризнанной типологии, поскольку каждый исследователь предлагает свою интерпретацию данного явления.

Так, к примеру, М.М. Бахтин видит четкую грань между первичными (простыми) и вторичными (сложными) речевыми жанрами. Это объясняется тем, что вторичные жанры сформировываются в условиях комплексного культурного общения [2]. Согласно данной классификации тексты жанра "Commencement Speech" относятся к вторичному жанру, поскольку являются объектом «высокоразвитой культурной коммуникации» [2, с. 382].

Лингвист Т.В. Шмелева, в свою очередь, дает классификацию речевых жанров с точки зрения их посылы – главной цели. Она выделяет оценочные, императивные, информативные и этикетные жанры [3].

Публичный дискурс, в свою очередь, напрямую соотносится с явлением речевого жанра, так как похожим образом отражает индивидуальную точку зрения спикера. Публичный дискурс – это связная речь, которая протекает со всеми ее нелингвистическими обстоятельствами и находится в тесной связи с живой жизнью, ориентированной на массового адресата [4].

Адресантом в рассматриваемом типе дискурса является индивидуальный речедеятель, обладающий достаточно высоким уровнем коммуникативной компетентности на профессиональном уровне. Так, для выявления прагматических особенностей текстов жанра "Commencement Speech" мы отобрали напутственные речи Стива Джобса, Стивена Спилберга, Джима Керри, Опры Уинфри, Джоан Роулинг, Эллен ДеДженерес, Натали Портман и Билла Гейтса.

Первой значимой характеристикой жанра "Commencement Speech" является их особая структура. Она включает три основных блока, где первый – вводная часть: оратор приветствует аудиторию с использованием конкретных этикетных речевых формул. Например, актриса Натали Портман подобным образом обращается к своей аудитории:

*“Hello, Class of 2015. I am so honored to be here today. Dean Khurana, faculty, parents, and most especially graduating students, thank you so much for inviting me”* [5].

Второй блок – это основная и наиболее информативная часть выступления. Здесь говорящий освещает выбранную им тематику и делится своим опытом. К примеру, писательница Джоан Роулинг так продолжает свою речь, названную “The Fringe Benefits of Failure”: *“So I think it is fair to say that by any conventional measure, a mere seven years after my graduation day, I had failed on an epic scale...”* [6].

Третий блок напутственной речи – заключительный, где спикер выносит определенную мораль и дает напутствие выпускникам. Так, например, комик Джим Керри завершает свое выступление следующим образом: *“You are ready and able to do beautiful things in this world and after you walk through those doors today, you will only ever have two choices: love or fear. Choose love, and don’t ever let fear turn you against your playful heart”* [7].

С точки зрения прагматико-ориентированных лингвистических особенностей текстов рассматриваемого жанра важно обратить внимание на их грамматические свойства. Так, мы выявили, что наиболее частотными частями речи являются глаголы: *So I had to break the word down myself, to find out the meaning.* [8]; *But you can harness that inexperience to carve out your own path...* [5].

Следующими по частотности использования идут прилагательные различных категорий: *I am not dull enough to suppose that because you are young, gifted and well-educated...* [6]; *An exceptionally short-lived marriage had imploded, and I was jobless, a lone parent, and as poor as it is possible to be in modern Britain, without being homeless* [6]. Благодаря их употреблению каждому спикеру удается передать детали эмоционально-окрашенного монолога.

Интересной синтактико-стилистической особенностью текстов анализируемого жанра является употребление большого количества риторических вопросов, что создает атмосферу живого общения с аудиторией: *How could I? And how could any of us?; Near the end of It’s a Wonderful Life – you remember that movie, It’s a Wonderful Life?; How do all of us together find the ‘we?’ How do we do that?* [9].

Что касается лексико-стилистической организации, тексты жанра “Commencement Speech” изобилуют стилистически маркированной лексикой, направленной на создание мощного прагматического эффекта: *my working-class parents’ savings* [10]; *It could be exhilarating, intimidating, sometimes even discouraging but always challenging.* [11].

Среди стилистических приемов наблюдается множество примеров использования юмора и иронии на различную тематику: *My one hope today is that I can be a source of some inspiration. I’m going to address my remarks to anybody who has ever felt inferior or felt disadvantaged, felt screwed by life, this is a speech for the Quad.* [12]. Таким образом ораторы стараются расположить к себе аудиторию и разрядить обстановку, создав комфортную атмосферу.

В дополнение к вышесказанному важно отметить, что тексты жанра “Commencement Speech”, помимо эмоционально-оценочного характера, обладают определенной формальностью и торжественностью. Приглашенный спикер, прежде всего, стремится поздравить студентов-выпускников. Следовательно, подобная напутственная речь не обходится без некоторых сопутствующих факторов – жестов и мимики. Проанализировав выступления ораторов, мы обнаружили, что практически каждый из них сохраняет активный зрительный контакт с аудиторией [13]; [14]. Некоторые спикеры находят довольно оригинальный подход к своему выступлению. Так, к примеру, в конце своего монолога телеведущая Эллен Дедженерес спускается вниз к аудитории и исполняет танец [15]. Подобное завершение позволяет сохранить дружескую атмосферу между спикером и студентами-выпускниками, а также поднять настроение всем слушателям.

Подводя итог, следует сказать, что жанр “Commencement Speech” представляет большой интерес для разноаспектных лингвистических исследований вследствие своей оригинальности, ярких прагматических особенностей, а также уникальной национальной специфики.

### Литература и источники

1. Бахтин, М.М. Проблема речевых жанров [Текст] / М.М. Бахтин // Эстетика словесного творчества. – М., 1979. - 245 с.
2. Бахтин, М.М. Проблема речевых жанров [Текст] / М.М. Бахтин // Литературно-критические статьи. - М.: Художественная литература, 1986. – 430 с.
3. Шмелева, Т.В. Модель речевого жанра [Текст] / Т.В. Шмелева // Жанры речи. Вып. 1. – Саратов, 1997. - С. 91-93.
4. Матвеева, Т.В. Полный словарь лингвистических терминов [Текст] / Т.В. Матвеева. - Ростов-на-Дону, 2010.
5. Речь Натали Портман в Гарвардском университете в 2015 году (текст) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://singjupost.com/full-transcript-natalie-portman-harvard-commencement-speech-2015>.
6. 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>.
7. Речь Джима Керри в Университете Махариши в 2014 году (текст) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://singjupost.com/jim-carreys-commencement-address-at-the-2014-mum-graduation-full-transcript>.
8. Речь Эллен Деженерес 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 Стивена Спилберга в Гарвардском университете в 2016 году (текст) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.entrepreneur.com/article/276561>.
10. Речь Стива Джобса в Стенфордском университете в 2005 году (текст) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://news.stanford.edu/news/2005/june15/jobs-061505>.
11. Речь Билла Гейтса в Гарвардском университете в 2007 году (текст) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://singjupost.com/bill-gates-commencement-speech-at-harvard-2007-full-transcript>.
12. Речь Опры Уинфри в Гарвардском университете в 2013 году (текст) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://news.harvard.edu/gazette/story/2013/05/winfreys-commencement-address>.
13. Речь Джоан Кэтлин Роулинг в Гарвардском университете в 2008 году (видео) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=wHGqp8lz36c>.
14. Речь Натали Портман в Гарвардском университете в 2015 году (видео) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.youtube.com/watch?v=jDaZu\\_KEMCY](https://www.youtube.com/watch?v=jDaZu_KEMCY).
15. Речь Эллен Деженерес в Тюлэйнском университете в 2009 году (видео) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=0e8ToRVotRo>.

*Научный руководитель - канд. филол. наук, доцент Ермолаева Е.Н., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

УДК 81'1

### ОТРАЖЕНИЕ ПАНДЕМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ В ЛЕКСИКЕ РУССКОГО ЯЗЫКА

*Федосеев М. И.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[mark.fed.00@mail.ru](mailto:mark.fed.00@mail.ru)

В данной статье рассматривается влияние эпидемиологической ситуации в мире на лексику русского языка. Интерес представляют слова, которые образовались в период пандемии COVID-19 и закрепились в лексиконе русского человека. Далекое не все носители языка имеют понятие о значении некоторых неологизмов, а тем более пришедших к нам из английского и других языков, вдобавок к этому, у некоторых лексических единиц изменились семантические свойства и слова приобрели немного иной смысл. Материал, представленный нами, взят из интернета, но в статье также присутствуют данные, полученные путём анкетирования. Информация, представленная в статье, может в дальнейшем быть использована в прочих исследованиях, связанных с изучением преобразования лексики русского языка. В современном мире любое социальное явление имеет определенные последствия для жизнедеятельности человека. В случае с коронавирусом, пандемия затронула абсолютно все сферы жизни общества. Под такое влияние попал и язык. Далее рассмотрим то, как лексика русского языка изменилась благодаря пандемии ковида.

**Ключевые слова:** пандемия, лексика, русский язык, неологизмы, семантика, коронавирус.

## THE IMPACT OF THE PANDEMIC SITUATION IN THE VOCABULARY OF RUSSIAN

*Fedoseev M. I.*

Kemerovo State University

This article examines the impact of the epidemiological situation in the world on the vocabulary of Russian. Interesting are the words that were formed during the COVID-19 pandemic and were entrenched in the vocabulary of the Russian people. Not all native speakers have an understanding of the meaning of some neologisms, and even more so those that have come to us from English and other languages, in addition to this, some lexical units have changed semantic properties and words have acquired a slightly different meaning. The material presented by us was taken from the Internet, but the article also contains data obtained by questionnaire. The information presented in the article can be further used in other studies related to the study of transformation of the vocabulary of Russian. In the modern world, any social phenomenon has certain consequences for human life. In the case of the coronavirus, the pandemic has affected absolutely all areas of society. Language also fell under this influence. Now, let's have a look at how the vocabulary of Russian has changed due to the covid pandemic.

**Keywords:** pandemic, vocabulary, Russian, neologisms, semantics, coronavirus.

Статья посвящена появлению неологизмов в русском языке, и в ней объяснено значение каждого из ниже приведенных слов. Были выбраны именно эти неологизмы, так как, по нашему мнению, они раскрывают специфику словообразования в период пандемии. Актуальность работы на сегодняшний момент остаётся высокой, так как пандемия все ещё продолжается и вероятно появление еще большего количества неологизмов. Материал основан на 6 статьях с русскоязычных новостных сайтов, а также на личных исследованиях, вроде проведения опросов. В нашей статье лексика разграничивается на две категории: формальная (вроде профессионального сленга) и неформальная (для общего использования).

Мы предлагаем обозначить новые слова ковидологизмами: ковид + логизм (λόγος - слово). Это название говорит об их непосредственной связи с пандемией, о том, что они были образованы или приобрели своё новое значение именно в период с марта 2020 года, то есть с начала карантина, по настоящее время.

Неологизмы появляются в языке в связи с отсутствием у какого-либо понятия названия. Однако, в случае с ковидом, много лексем образовались, не имея за собой какой-либо необходимости. Так, со стартом карантина понятие «удалённая работа» получило несколько неформальный синоним с суффиксом -ка – «удалёнка». Скорее всего, это связано с тем, что работа на дому не имеет такого строгого контекста и соблюдения правил как, например, в офисе. Работающий на «удалёнке» человек может не заставлять себя соблюдать жесткий дресс-код. Всё это есть условие другого ковидологизма – «самоизоляции». Сложение – продуктивный морфологический способ образования новых слов в период пандемии. Так, путём слияния «само» и «изоляция» получилась данная лексема. Продолжая говорить о работе дома, «карантинки» и «ковидиворс» затрагивают тему отсутствия контактов с близкими или же их чрезмерное количество. «Карантинки» образованы от слов «карантин» и «валентинки». Часто это небольшие забавные четверостишья, которые посылают участники коммуникации друг другу в социальных сетях. А из-за перманентного нахождения дома у пар учащаются конфликты, согласно статистике. Это приводит к «ковидиворсу»: ковид + диворс (divorce – развод от англ.) Развод из-за ковида.

«Ковидиот» относится к пейоративной лексике и обозначает человека, неадекватно реагирующего на пандемию, реагирующего слишком остро или наоборот игнорирующего её. Семантика «идиота» в сочетании с «ковидом» даёт определённое представление о человеке, которого этой лексемой могут обозначить.

Путём опроса респондентов мы выяснили, что у врачей, работающих с больными COVID-19, есть свой профессиональный жаргон, который образовался из-за эпидемии. Помещения с «ковидозниками» именуются «ковидариями». Суффикс –арий в русском языке служит для обозначения помещений с экзотическими животными, например: дельфинарий. Однако, есть несколько вариантов обозначения помещения с ковид-больными: «ковидарий» и «ковидарня». При этом суффикс –арня в русском языке образует производные для обозначения помещений для домашних животных, к примеру: свинарня. Наличие сразу двух вариантов говорит о разном отношении врачей к этим помещениям. (но эти варианты являются синонимичными, это производные одного и того же корня) Семантика второго варианта определённо несёт в себе негативный посыл, вероятно, потому что условия работы в таких местах для врачей очень тяжелые. В синонимичный ряд с этими ковидологизмами встают и «говидарня», «говидарий». Заметим, что пока не ясна причина, почему «к» в начале слова заменилось на «г». Этот любопытный феномен требует дальнейших изысканий.

В языке присутствует лексика, меняющая свои семантические свойства в зависимости от социальных изменений. Благодаря пандемии ковида лексема «маска» из карнавальная, лечебной или косметической стала восприниматься как медицинская. «Корона» – семантика головного убора расширилась, появилось второе значение этого слова из-за созвучия с названием вируса.

Также, некоторые слова, наличие которых было малоизвестно носителям, начали активно распространяться. «Фейк» и «санитайзер» уже давно существуют в английском языке, но в русском языке являются заимствованными и часто заменялись более ранними аналогами. На сегодняшний момент они получили вторую жизнь, не приобретая при этом иной семантики. Пандемия повысила актуальность этих слов.

Проведя это исследование и изучив данные, мы выяснили, что такое социальное явление, как пандемия коронавируса способно оказать определённое влияние на лексику языка, затрагивая разные её составляющие, от морфологии, грамматики и механизма словообразования до способности изменять семантические свойства лексем.

## Литература и источники

1. Интернет-портал «Российской газеты» RG.RU  
<https://rg.ru/2020/05/01/reg-ufo/koronavirus-popolnil-russkij-iazyk-novymi-slovami.html>
2. Молодёжный медиахолдинг «Есть talk!»  
[https://talk-on.ru/materials/oshibki-net/Oshibkinet\\_Virusnyy\\_novoyaz\\_Kak\\_pandemiya\\_otrazilas\\_na\\_nashey\\_rechi/](https://talk-on.ru/materials/oshibki-net/Oshibkinet_Virusnyy_novoyaz_Kak_pandemiya_otrazilas_na_nashey_rechi/)
3. Литовское национальное радио и телевидение (ЛРТ)  
<https://www.lrt.lt/ru/novosti/17/1160639/leksika-pandemii-kak-virus-zarazhaet-russkii-iazyk>
4. ТАСС, информационное агентство  
<https://tass.ru/obschestvo/8260771>
5. <https://tass.ru/obschestvo/10326285>
6. <https://www.kommersant.ru/doc/4323125>
7. Араева Л. А., Федосеев М. И. Русская языковая картина мира в период коронавирусной пандемии // Русский язык в современном научном и образовательном пространстве : сборник тезисов Международной научной конференции, посвященной 90-летию профессора Серафимы Алексеевны Хаврониной. Москва, РУДН, 28–29 октября 2020 г. / под общ. ред. В. М. Шаклеина. – Москва : РУДН, 2020.
8. Федосеев М.И. Влияние пандемии на национальную языковую картину мира
9. (Сборник эссе студентов и учащихся школ по итогам
10. Международных конкурсов эссе от 10.10.2020/ Бузинный Г.,
11. Афанасенко Р., Платонова А., Кудимов Г., Матвиенко В. и др./
12. НОО Профессиональная наука, 2020 – 251 с.

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

**УДК 81.2-3 81.2-8**

## **ПЕРЕПИСКА ДВУХ БРАТЬЕВ: ЛИНГВОПЕРСОНОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

*Лебедева Н.Б., Чиркунова А.А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[lebedevzb@yandex.ru](mailto:lebedevzb@yandex.ru), [anastasianestatea@mail.ru](mailto:anastasianestatea@mail.ru)

*Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ, проект № 20-412-420005 «Концептуально-ценностный анализ эпистолярного и мемуарного наследия жителей Кузбасса».*

В докладе рассмотрены и проанализированы тексты писем двух родных братьев в лингвоперсоналогическом аспекте. Целью исследования является выявить, в какой степени и в каком качестве проявляются в письменной речи эпистолярного жанра индивидуальные особенности авторов, если у них большая общая социальная база и близкородственные отношения. В качестве материала используются армейские письма младшего брата и ответные письма с «гражданки» старшего. Материал для работы найден самостоятельно в семейных альбомах города Ленинска-Кузнецкого. Исследованию в сопоставительном плане подвергаются такие характеристики коммуникантов, как концептуально-ценностные и эмоциональные стороны их характеров, тип их взаимоотношений, стилистика и фатика (приветствие и прощание), характер самопрезентации (брат, солдат, имя). Особое внимание уделяется жанроведческой стороне переписки: армейские письма как поджанр естественной

письменной речи (далее ЕПР). Значимость описания жанровых особенностей армейских писем в лингвоперсонологическом аспекте обусловлена тем обстоятельством, что в текстах ЕПР наиболее непосредственно проявляется языковая личность автора.

**Ключевые слова:** ЕПР, лингвоперсонологический аспект, армейские письма, письмо, дом.

## **CORRESPONDENCE OF TWO BROTHERS: A LINGUOUS PERSONOLOGICAL ASPECT**

*Lebedeva N.B., Chirkunova A.A.*

Kemerovo state University

The report examines and analyzes the letters of the two brothers. 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 and the "civil" letters of his communicant, Alexei Chirkunov. Mikhail's place of service is the village of Barabash, time 1998. Correspondence was conducted from the village of Barabash and the city of Leninsk-Kuznetsky. The work notes the author's ideological views and values, the social environment, as well as the functions of army and "home" letters. In this report, the authors' attention is focused on the analysis of the "army-home" theme and the linguistic and personalological aspect. Such characteristics of communicants as conceptual-value and emotional aspects of their characters, the type of their relationship, stylistics and fatigue (greeting and farewell), the nature of self-presentation (brother, soldier, name) are subjected to research in a comparative plan. Particular attention is paid to the genre side of correspondence: army letters as a subgenre of natural written speech (hereinafter EPR). The importance of describing the genre features of army letters in the linguo-personalological aspect is due to the fact that the language personality of the author is most directly manifested in the texts of the EPR.

**Keywords:** EPR, linguo-personalological aspect, army letters, letter, house.

На современном этапе развития русистики исследование языковой личности является весьма актуальным. Под языковой личностью понимается человек как носитель языка, рассматриваемый со стороны его способности к речевой деятельности, т.к. комплекс психофизических свойств индивида, позволяющий ему производить и воспринимать речевые произведения. Под лингвоперсонологическим аспектом исследования понимаются анализ социальных, возрастных, психологических, лингвистических стороны коммуникантов.

В данной статье представлено лингвоперсонологическое описание двух коммуникантов – братьев Михаила (письма из армии) и его старшего брата – Алексея (письма в армию). Письменно-речевая коммуникация происходит в 1998 году, в особое историческое время нашей страны - так называемой эпохи перестройки, уже после развала Советского Союза. Это необходимое замечание, т.к. оно объясняет некоторые концептуально-ценностные и эмоциональные стороны как самой переписки, так и мировоззренческие взгляды и ценности авторов, социальное окружение, а также функции армейских и «домашних» писем. В данной статье внимание авторов сосредоточено на анализе темы «армия-дом» и на лингвоперсонологическом аспекте.

Разница в возрасте двух коммуникантов невелика: младшему около 19 лет, старшему около 22 лет. У братьев много общего в семейно-социальном плане: условия жизни в период детства и юности, то есть в период созревания и становления, выпал на переходный период в истории страны (перестройка, развал Советского Союза), когда рушились устоявшиеся в предыдущий период ценностные установки, культурный и экономический склад общества, а новые ценности и целевые ориентиры еще не выработались, в обществе наблюдается некоторая нравственно-эмоциональная растерянность, неопределенность будущего, неясность жизненных ориентиров. В СМИ иногда даже появляется оценка молодых людей – «потерянное поколение». Эти характеристики коммуникантов

проявляются в текстах переписки и анализируются в данной статье. В такие переломные эпохи часто возрастает значимость межличностных связей: дружеских, родственных, особенно семейных. Люди ищут опору не столько в социальных, идеологических, общепринятых и официально закреплённых нормах, сколько в индивидуальных и межличностных взаимосвязях. Братья являются типичными представителями так называемого среднего класса (не современного, полубуржуазного, а советского): средний семейный достаток, работающие родители, братья закончили 11 классов, к моменту переписки не получили ни высшего, ни среднего профессионального образования.

В нашем распоряжении имеются 4 письма, насчитывающие 14 страниц. Для лингвоперсоналогического анализа были выбраны некоторые фрагменты из текста, наиболее полно высвечивающие особенности авторов (заметим, что при цитировании текстов писем сохраняется авторская орфография, пунктуация и стиль, в соответствии с принципом гносеологической толерантности, заявленной в Барнаульско-Кемеровской лингвистической школе [1, с. 279-280]). Естественная письменная речь (ЕПР) характеризуется следующими признаками: письменная форма, отличающая ее от устных вариантов речи, неофициальность сферы бытования как интенциональный признак, спонтанность как способ осуществления письменно-речевой деятельности, непрофессиональность как способ и характеристика результата, отсутствие промежуточных лиц и инстанций между отправителем и реципиентом текста [2, с. 11].

Армейское письмо представляет собой поджанр более широкого речевого жанра – письма, рассматриваемого в аспекте отражения в нем языковой личности, под которой понимается «многомерная, многоуровневая функциональная система, дающая представление о степени владения языком и речью индивидом на уровне активного и творческого осмысления действительности» [3, с. 5].

Структура писем традиционная: они начинаются и заканчиваются фатическими фразами – приветствием с обращением к адресату и прощанием, но есть и некоторые отличия. Письма младшего брата содержат следующие этикетные фразы: «Здравствуй, Алексей!» и «С нетерпением жду твоего ответа. Пока. Михаил. 8.07.98 г». Старший брат приветствует и прощается с младшим в письмах несколько иначе – более эмоционально и тепло: «4.02.98г. Привет мой родной братишка!!!» и «Досвидания буду ждать ответа от тебя. Good bye !!! I love you my little brother! Will be to wait your letters. Alexey». В письме содержатся уменьшительно-ласкательные обращения: *мой родной братишка*, «*my little brother*», объяснение в любви: *I love you*. Но и Михаил может при прощании написать более эмоциональные слова «*Скучаю и люблю. Твой брат, солдат: Михаил*». Эти примеры показывают, что в семье даже мужчины не стесняются теплых, ласковых слов, поддержка и тесная коммуникация с членами семьи очень важна. Косвенно такие фатические фразы доказывают высказанный нами выше тезис, что в переломный период возрастает роль семейных теплых отношений. О душевной близости братьев свидетельствует и то, что они делятся друг с другом проблемами в своей жизни и поддерживают друг друга советами и выражением сочувствия. Младший брат сообщает о своей службе в армии весьма нелестные факты, пишет о том, что его пытались сильно третировать, но он сумел постоять за себя, что привело его к большей уверенности в себе, он заметно возмужал: «*Насчет службы у меня все з\*\*\*ь, только з\*\*\*о все в доску, з\*\*\*а эта армия, п\*\*\*ц. В армии, я довольно сильно изменился, Я стал более уверен в себе, но и в то же время меня сейчас намного легче вывести из себя, чем раньше*». Старший брат рассказывает младшему «*Я и мать молились каждый день, чтобы у тебя было всё хорошо. Всё-таки Бог услышал нас. Дай Бог чтоб тебя больше не дергали никуда и до конца службы ты был там*». Из этого фрагмента выясняется, что автор и его семья – верующие люди. Он беспокоится о своём младшем брате, молится за него и надеется на мирную службу в армии.

В свою очередь старший делится с младшим своими проблемами на любовном фронте: он постоянно ссорится со своей девушкой, отчего та всегда плачет. Михаил горячо переживает это обстоятельство и пытается воздействовать на старшего брата: «*И*

*представь, что из-за твоих глупых подозрений, ты потеряешь её. Представь что больше нет Наташки, которая тебя любит и ждёт. Больше нет той девочки с которой тебе было так хорошо. Ты представил, я еще раз тебя спрашиваю ТЫ ПРЕДСТАВИЛ... Вот видишь как тебе х\*\*\*о стало. А если она на самом деле тебя бросит, то тебе будет в 100 раз хуже!»* Пытаясь задеть чувства брата, Михаил использует разные средства: экспрессивные выражения, восклицательные интонации, обценную лексику, он «повышает» тон при помощи больших букв и акцентирует внимание на чувственном представлении.

Неопределенность в поиске дальнейшего пути, пошатнувшееся представление о ценности образования, что было типично для советского времени и перестало быть безусловным достоинством в этот переломный период, проявляется в следующем высказанном сомнении Алексея: *«В Горный Техникум я не прошёл по конкурсу. Поздно документы сдал, да и без связей и денег там делать н\*\*\*й», «На этот год попробую, а может небуду н\*\*\*я он мне нужен? Голову лишней х\*\*\*й забивать».* И это при том, что он явно имеет способности и тягу к образованию, поскольку самостоятельно изучает английский язык: *«Учу английский уже 13 урок пошёл я примерно подсчитал что я уже знаю около 700 слов».*

В указанный период среди молодежи были популярны определенные музыкальные коллективы, и по тому списку песен, которые Михаил просит брата достать для него, можно определить то время, в которое шла переписка: *«Крошка моя – Руки вверх», «Пора домой – Сектор Газа», «Где же ты есть – Блестящие», «Frozen – Мадонна»* и др. Можно сказать, что младший брат стремился быть на современной ему волне и моде, а быть меломаном с выбором именно такого набора песен значит быть современным молодым человеком..

Что касается стилистики и нормативной стороны письменной речи, то стоит отметить у обоих братьев употребление обценной лексики – это так называемый «мужской обценный код» [4, с. 69-138], к которому они обращаются, когда касаются болезненных тем. В остальных случаях они вполне обходятся без этой экспрессии. При том, что иногда встречаются орфографические и пунктуационные ошибки, в целом письменная речь у обоих братьев довольно грамотная. Стиль письма разговорный, свободный, непринужденный, нет особых нарушений в логике и стилистике, можно отметить довольно богатый лексический арсенал и развитый синтаксис., что свидетельствует о неплохом образовательном и личностном уровне коммуникантов.

Вывод, который можно сделать при анализе переписки двух братьев, заключается в следующем. Частная переписка, как жанр ЕПР, предоставляет большой материал для наблюдений как лингвоперсонологического плана, так и в плане отражения социальных и концептуально-ценностных аспектов жизни людей того времени. в котором осуществлялась письменная переписка. Непринужденность личного письма позволяет заглянуть в интимные, личностные стороны общественного бытия, что может быть использовано разными специалистами в области истории, социологии, социальной психологии и т.д. Второй вывод касается лингвоперсонологического аспекта, а именно – выявления тех специфических черт языковой личности, которые проявляются в частной переписке. Конкретно в данных эпистолярных текстах перед нами выступают люди, живущие в тот исторический период страны, который называется переломной эпохой. Будучи неглупыми, способными в речевом и мыслительном отношении, инстинктивно тянувшимися к знаниям, стремящиеся как-то утвердиться и осознать себя как личность, они не могут сориентироваться в той неопределенной, смутной атмосфере. в которой протекает их юная жизнь, и семейные узы, тепло, забота и человеческая привязанность – все, что воплощает понятие «дом» и пронизывает всю их переписку, внушает надежду на их лучшее будущее.

## Литература и источники

1. Лебедева Н.Б.. «Естественность» как конституирующий признак неканонизированной (неофициальной, обыденной, повседневной) письменной речи // Современная филология: актуальные проблемы, теория и практика: сборник материалов 2 международной научной конференции. 10-12 сентября 2007. Красноярск, 2007. С. 175-181.

2. Лебедева Н.Б., Корюкина Е.А. Наивный автор как письменно-речевая личность: жанроведческий аспект // Вестник Томского государственного университета. Филология, 2013. №3 (23).

3. Барсукова Е.В. Языковая личность как категория исторической культурологии (на материале «Архива князя Воронцова»): Автореф. дис. ... канд. культурологии. – М., 2007. 22 с.

4. Михайлин В.Ю. Русский мат как мужской обценный код: проблема происхождения и эволюция статуса // «Злая лая матерная...»: сб. ст./под ред. В.И. Жельвиса. – М: Ладомир, 2005. №643 С. 69-138.

УДК 81'1

**ЭТИКЕТНЫЕ ФОРМУЛЫ СОВРЕМЕННОЙ РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЫ:  
ПОЖЕЛАНИЯ КАК ЧАСТЬ ПОЗДРАВИТЕЛЬНОГО ДИСКУРСА  
(НА МАТЕРИАЛЕ ТЕКСТОВ ПОЗДРАВИТЕЛЬНЫХ ОТКРЫТОК)**

*Лебедева Н.Б., Чудинов А.В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»  
[nlebedevab@yandex.ru](mailto:nlebedevab@yandex.ru); [Chudinov\\_andrew01@mail.ru](mailto:Chudinov_andrew01@mail.ru)

*Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ, проект № 20-412-420005 «Концептуально-ценностный анализ эпистолярного и мемуарного наследия жителей Кузбасса»*

В данной работе объектом исследования являются этикетные формулы в русской лингвокультуре, предметом выступают типы этикетных формул. Материалом данного исследования послужили 50 современных поздравительных открыток. В статье рассматриваются различные виды такого фатического жанра, как пожелания, являющиеся частью поздравления, которые представлены в открытках. В ходе исследования автор приводит классификацию видов пожеланий по разным тематическим группам, основанную на различных основаниях.

**Ключевые слова:** лингвокультура, этикетные формулы, поздравления, пожелания, открытка.

**ETIQUETTE FORMULAS OF MODERN RUSSIAN LINGUOCULTURE: WISHES AS  
A PART OF THE GREETING DISCOURSE  
(BASED ON THE TEXTS OF GREETING CARDS)**

*Lebedeva N.B., Chudinov A.V.*

Kemerovo State University

In this project, the object of research is the etiquette formulas in Russian linguaculture, and the subject of research is the types of etiquette formulas. The material of this research are 30 modern greeting cards. The article deals with various types of such a fatic genre as wishes, which are part of the greetings that are presented in postcards. In the course of the research, the author provides a classification of types of wishes for different thematic groups, which differ from each other according to various criteria.

**Keywords:** linguoculture, etiquette formulas, greetings, wishes, postcard.

Актуальность данного исследования обусловлена его вписанностью в лингвопрагматическую парадигму, поскольку объектом является один из наиболее традиционных и распространенных фатических [1, с. 197-198] жанров русской лингвокультуры [2] - пожелание как составная часть поздравительной открытки [3]. Лингвистическое направление, в русле которого выполнена данная работа, - теория естественной письменной речи (ЕПР) [4], поскольку объект исследования - поздравительные открытки - являются рукописным жанром, вследствие чего они входят в ядро поля ЕПР. Поздравительные открытки – это красочные карточки, в которых содержится поздравление с каким-либо приятным для адресата событием и - почти всегда - пожелания. Структура открытки носит довольно устойчивый характер. На лицевой стороне открытки имеется какое-либо полноформатное (занимающее всю площадь) изображение, как правило, соотносимое с событием, которому посвящено поздравление, и обязательно яркое по оформлению и позитивное по содержанию. Её обратная сторона предназначена для написания собственно поздравления и пожеланий в адрес получателя, половина всего пространства может занимать место для адреса, если предполагается, что открытка будет послана адресату по почте без конверта (почему этот жанр и получил такую номинацию – открытое письмо).

Этикетные формулы поздравлений и пожеланий не отличаются большим разнообразием и представляют собой довольно трафаретные фразы, выполненные по традиционным моделям, что в целом свойственно для фатической коммуникации [5].

Речевой акт поздравления - это, как правило, вежливое речевое действие, которое реализуется говорящим с целью выразить свою симпатию и радость по поводу настоящего события, соответствующего интересам адресата [6]. Речевой акт пожелания - это также вежливое речевое действие, которое реализуется адресантом с целью выразить внимание и симпатию в сторону адресата и надежду на благополучие в его жизни в будущем и тем самым соответствовать нормам этикета, принятым в данном обществе. Как правило, чем выше статус, роль адресата и официальной обстановка коммуникации, тем вежливее поздравление, пожелание. Сами поздравления и пожелания, как коммуникативные единицы, представлены в языке, речи, речевом поведении: 1) как слово (словарный аспект), 2) как речевое действие (речевые акты, преимущественно в диалоговых взаимодействиях). Специфика поздравления и пожелания состоит в том, что они представляют собой перформативные высказывания (речевые акты, равноценные поступку.), которые могут быть синонимичны перформативному глаголу, выражающему одновременно акт речи и действия. «Поздравление» и «пожелание» обладают способностью выражать помимо собственного значения ряд других коммуникативных значений (самостоятельные, но осложненные другими речевыми актами) и могут замещать этикетные формулы других тематических групп. Речевые ситуации, в которых присутствуют «поздравления», относятся к таким, которые являются проявлением реакции на что-либо уже произошедшее в жизни. Например, человек достиг каких-либо успехов в той или иной сфере деятельности, наступил какой-либо праздник или же произошло какое-то важное событие и т.д.), то есть данные речевые действия связаны с событиями, произошедшими в прошлом. Что касается «пожеланий», то они обращены в будущее, то есть направлены на какие-либо достижения в жизни, успехи или же удачные стечения обстоятельств, которые должны произойти в жизни адресата в близком или далеком будущем. А так как эти фатические жанры реализуются в настоящем, то можно утверждать, что поздравления и пожелания связывают прошлое, настоящее и будущее адресата. В настоящем времени автор проявляет к адресату внимание с целью создать хорошее настроение и тем самым улучшить их отношения, сделать более комфортабельной обстановку для общения [2].

Наиболее типичная форма поздравления в русском языке образована от глагола «поздравлять с». Например: Поздравляю (вас, тебя) с...+ сущ.в творительном падеже.

Например: *поздравляю с поступлением в университет*. В русском языке пожелания чаще всего реализуется вслед за поздравлением. Например: *поздравляю вас с днём рождения! Желаю вам счастья, здоровья и всего самого наилучшего!*

По тематической типологии пожелания делятся на пожелания общего характера, специальные и индивидуальные, по модальности – на серьёзные, нейтральные, шуточные и смешанные (пример последних: *Желаем вам успехов на новой работе, чтобы работа приносила удовольствие и были хорошие взаимоотношения с начальством*), по типу отношений между коммуникантами – официальные и личные, последние – на дружеские и родственные, по форме – стихотворные, прозаические, вербальные и креализованные. Далее остановимся на примерах.

1) Пожелания общего характера: *Желаю счастья, успехов, удачи, здоровья! Желаю всего хорошего, всего доброго, всего наилучшего! Желаю добра, мира, тепла, веселья, смеха, радости, улыбок, чистого неба над головой, везения.*

2) Пожелания специального характера: *скорейшего выздоровления, долгих лет жизни, благополучия, прекрасных, понимающих людей, исполнения желаний и мечты, успехов в работе, в учебе, на новой должности, семейного благополучия, счастливого пути, волшебных моментов, новых планов, новых побед, отличного настроения.*

3) Индивидуальные пожелания подразумевают конкретность указания на то, чего хотят пожелать: *Желаю хорошо сдать экзамены, хорошо отдохнуть, поскорее выздороветь, хорошо отметить юбилей, годовщину свадьбы, хорошо закрыть сессию, хороших учеников, повышения в должности, приобрести верных друзей, не стареть, много приключений, много подарков.*

После рассмотрения видов пожеланий на базе 50 открыток, нам удалось выделить 44 пожелания, 16 относятся к пожеланиям общего характера, что составляет (36%), 15 пожеланий специального характера (34%), 12 индивидуальных, что составило (44%). Количество поздравлений, в которых пожелания представлены в стихотворной форме составило 32, что равно 72%, в прозаичной – 12, что равно 27%, шуточных - 2 (4%), официальных 15 (34%).

В ходе коммуникативного анализа было установлено, что наиболее распространенным для осуществления поздравления, пожелания в речевой коммуникации является нарративный режим, предполагающий неканоническую коммуникативную ситуацию, в которой нет подлинного говорящего как субъекта речи с синхронным слушающим; так же в ней нет момента речи – основополагающего понятия для языков с категорией времени, нет общего поля зрения [7].

Речевые акты поздравления и пожелания выражаются перформативным высказыванием, для которого существенна ситуация непосредственного контактного общения в прагматических координатах «я - ты — здесь - сейчас» [7].

#### Литература и источники

1. Якобсон Р.О. Лингвистика и поэтика // Структурализм: «за» и «против». М., 1975. С. 193-230.
2. Дементьев В.В. Фатические речевые жанры // Вопросы языкознания. 1999. № 1. С. 37-55.
3. Вдовина Е. В. Общая характеристика этикетных ситуаций поздравление, пожелание и их роль в современной коммуникации // Современная языковая ситуация и совершенствование подготовки учителей-словесников Материалы VI всероссийской научно-методической конференции. Воронеж: Научная книга, 2006. С. 115-122.
4. Лебедева Н.Б. Естественная письменная русская речь как объект лингвистического исследования // Вестник БГПУ. 2001. № 1. С. 4-10.
5. Винокур Т.Г. Информативная и фатическая речь как обнаружение разных коммуникативных намерений говорящего и слушающего // Русский язык в его функционировании: коммуникативно-прагматический аспект. М.: Наука., 1993. С.5-29.

6. Вдовина Е.В. Поздравление в речевом этикете- концептуальный и коммуникативный анализ // Русский язык за рубежом. СПб «Златоуст», 2007. С. 41-48.

7. Вдовина Е.В. Поздравление и пожелание в речевом этикете: концептуальный и коммуникативный анализ С. 17-20

УДК 811.161.1'42

## ТИПОЛОГИЯ КОНФЛИКТОВ В ДНЕВНИКОВОМ ЖАНРЕ

*Штерцер Т.В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[t.shtertser@mail.ru](mailto:t.shtertser@mail.ru)

В данной статье рассматривается понятие конфликта в аспекте его коммуникативной реализации в дневниковом жанре. Апробируется научная гипотеза о том, что в дневниковых записях речевой конфликт воплощается в опосредованной (скрытой) форме, когда происходит умалчивание, уход от «живого» конфликта с реальным лицом. Личный дневник служит средством исповедальности, позволяющим автору проанализировать произошедшую конфликтную ситуацию, разобраться в ее причинах, «найти виновного» 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.

## TYPOLOGY OF CONFLICTS IN THE DIARY GENRE

*Shtertser T.V*

Kemerovo State University

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.

Современный этап развития социально-языковой ситуации характеризуется основательными изменениями в различных областях знания, связанных с лингвистикой. Подобной смене языковых ориентиров способствует смена социальных, политических и научных интересов.

Язык как один из способов коммуникации представляет живой интерес для психологии [5]; политики [12]; экономики [10]; философии [13]. Стремление к свободе языка и публичности влечет за собой обострение конфликтного потенциала на разных социальных уровнях [9]. Формированию конфликтологии как частной науки во многом способствуют

взгляды и убеждения Р. Дарендорфа, отраженные в работе «Социальные классы и классовые конфликты в индустриальном обществе» [6] и Л. Козера «Функции социальных конфликтов» [11]. Труды зарубежных социологов становятся толчком для выделения конфликтологии в отдельную область знания. Конфликтология как самостоятельная наука носит междисциплинарный характер, который объясняется онтологической природой существования и проявления конфликта. Особое значение многогранности конфликта придает немецкий философ, основоположник теории социального конфликта, Георг Зиммель, полагающий, что всякого рода конфликт в обществе неизбежен [2].

Феномен конфликтности реализует себя во многих сферах деятельности человека, а язык служит проводником конфликта, способом его воплощения. Для лингвистики феномен конфликта представляет интерес с позиции его коммуникативной реализации. На собственно языковом уровне понятие «конфликт» отождествляется с явлением *речевого конфликта, конфликтного коммуникативного акта, коммуникативного конфликта* и рассматривается с позиции участников речевого акта.

В 50-х годах XX формируется новая отрасль лингвистики – лингвоконфликтология, предметом исследования которой становится изучение деструктивного речевого поведения – механизмов возникновения коммуникативных конфликтов, методов изучения и алгоритмов предупреждения в конкретных речедетельностных ситуациях.

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 [3]; как речевое столкновение, основанное на агрессии, выраженное вербальными средствами [4]. Помимо вербальной реализации, конфликт может протекать в опосредованной форме, в частности, путем письменной фиксации. Подобные проявления конфликтности зачастую отражаются в различных эпистолярных жанрах. Так, одним из способов реализации конфликта служит его письменная фиксация в *дневниковых записях*.

Целью предпринимаемого исследования является описать типы конфликтов, обнаруживаемые 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 в анализировании произошедшей конфликтной ситуации).

В качестве фактологической базы в данной работе используются архивные материалы Лаборатории естественной письменной речи КемГУ (всего 26 дневников).

В основу настоящего исследования положена типология межличностных конфликтов российского психолога В. П. Шейнова [18, 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).

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 [15] позволяет автору разобраться в создавшейся конфликтной ситуации, «пропустить ее через себя», возможно, и посредством этого получить некоторую эмоциональную разрядку.

#### **Литература и источники**

1. Вахнина, В. В., Мальцева, Т. В., Ульянина, О. А., Михайлова, Т. В. Основы конфликтологии в деятельности руководителей органов внутренних дел: учебное пособие. Вахнина В. В. и др. / под ред. В. В. Вахниной – М.: Академия управления МВД России, 2019. – 324 с.
2. 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.
3. Горелов, И. Н., Основы психолингвистики: учебн. пособие / И. Н. Горелов, К. Ф. Седов. – М.: Лабиринт, 2004. – 328 с.
4. Гришина, Н. В. Психология конфликта / Н. В. Гришина. – М.: Питер, 2008. – 538 с.
5. Дарендорф, Р. Социальные классы и классовые конфликты в индустриальном обществе. – М., 1957. – 321 с.

6. Дмитриев, А. В. Юридическая конфликтология / А. В. Дмитриев, В. П. Кудрявцев, С. В. Кудрявцев. – М.: ИНИОН РАН, 1993. – 212 с.
7. Кишина, Е. В. Основы лингвоконфликтологии : учебное пособие / Е.В. Кишина. – Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2017. – 185 с.
8. Колесов, В. П., Кулаков М.В. Международная экономика: учебник / В. П. Колесов, М. В. Кулаков. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 472 с.
9. Козер Л. А. Функции социального конфликта / Пер. с англ. О.А.Назаровой; Под общ. ред. Л.Г.Ионина. – М.: Идея-Пресс, Дом интеллектуал. книги, 2000.
10. Кружинов, В. М. Политические конфликты в первое десятилетие советской власти (на материале Урала) / В. М. Кружинов: Дис. ... докт. истор. наук. – Тюмень, 2000. – 640 с.
11. Левашева Е. В., Конфликт как принцип в различных картинах мира: введение в философию конфликта / Вестник Казанского технологического университета. 2010. –№3. – С. 354 – 357.
12. Рабенко, Т. Г. Жанры естественной письменной русской речи в вариантологическом аспекте: Дис. ... д-ра филол. наук / Т. Г. Рабенко. – Кемерово, 2018. – 356 с.
13. Шейнов, В. П. Управление конфликтами / В. П. Шейнов. СПб.: Питер», 2014. – 287 с.

*Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Рабенко Т.Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

УДК 81

## СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ЭВФЕМИЗМОВ (НА МАТЕРИАЛЕ ТЕКСТОВ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ САЙТОВ)

*Асанова М.С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[rosalin@mail.ru](mailto:rosalin@mail.ru)

Данная статья посвящена исследованию эвфемизмов в англоязычном новостном дискурсе на материале текстов британских и американских информационных сайтов. Актуальность исследования объясняется недостаточной изученностью особенностей эвфемии и их применения в англоязычном масс-медиа. Были использованы следующие методы: метод контекстуального анализа научной литературы, метод структурно-семантического анализа и синтез. В статье рассматриваются способы образования эвфемизмов на материале текстов англоязычных новостных сайтов. На основании анализа были сделаны выводы о наиболее и наименее продуктивных способах образования эвфемистических эквивалентов, а также о категориях текстов, требующих использования эвфемистических эквивалентов чаще всего.

**Ключевые слова:** эвфемизмы, эвфемистический эквивалент, лексика, английский язык, новостной дискурс.

## THE WORD-FORMATION POTENTIAL OF EUPHEMISMS (ON THE TEXTS OF ENGLISH NEWS SITES)

*Asanova M.S.*

Kemerovo State University

This article is dedicated to the study of euphemisms in the English news discourse based on the texts of British and American news sites. The relevance of the study is elucidated by the lack of knowledge of the euphemisms features and their use in the English mass media. The following methods were used: the method of contextual analysis of scientific literature, the method of structural and semantic analysis and synthesis. The article examines the ways of euphemisms formation based on the texts of English news sites. Based on the analysis, the conclusions about the most and the least productive ways were drawn, as well as about the categories of the texts that require the use of euphemisms most often.

**Keywords:** euphemisms, euphemism equivalent, vocabulary, English, news discourse.

Греческое слово «euphemia» означает «благоречие» («eu» – хорошо, «phemi» – «говорю»). Эвфемизмы стали использовать еще во времена древних греков, чтобы избежать табуированное слово в речи.

Эвфемизм – это «замена любого недозволенного или нежелательного слова или выражения более корректным с целью избежать прямого наименования всего, что способно

вызвать негативные чувства, как у говорящего, так и у собеседника, а также с целью маскировки определенных фактов действительности» [1].

Основными способами образования эвфемизмов являются: морфологические, лексико-семантические, синтаксические и фоно-графические.

К морфологическим способам образования эвфемизмов относятся: мейозис, суффиксальное и префиксальное словообразование, безаффиксальное словообразование (конверсия) и аббревиация.

#### 1) Мейозис

Лингвист Л.П.Крысин определяет мейозис как «троп, заключающийся в преуменьшении интенсивности свойств (признаков) предмета, явления, процесса» [1]. Например, эвфемистический эквивалент слова безработица *underemployment*, образованный данным способом, фигурирует в статье «The Underemployment Crisis» («The Bureau of Labor Statistics measures underemployment primarily through a single measure.») [2].

#### 2) Суффиксальное и префиксальное словообразование

Таким способом, например, были образованы эвфемизмы *ageful* (пожилой человек), *claimant* (человек, находящийся на иждивении у государства). Некоторые ученые выделяют диминутивы, при этом слова оформляются с помощью суффикса *-y* (*-ie*). Например, для слова туалет в английском языке можно найти эвфемистические эквиваленты *lavvy*, *privy*, а для слова унитаз – *rotty* [1]. Негативная префиксация заключается в отрицании положительного денотата слова или выражения. Например, в статье «Amber Heard says Johnny Depp...» используется такой эвфемизм слова *false*, как *untrue* («During previous testimony earlier this month, Depp denied the allegations, calling them sick and completely untrue.») [3].

#### 3) Безаффиксальное словообразование (конверсия)

Так, результатом перехода из глагольной формы в именную глаголов *do* (делать) и *wash* (мыть) стали эвфемизмы туалетной темы *do* (вместо кал) и *wash* (вместо моча) [1]. Вероятно, эвфемистический эквивалент слова гомосексуалист *queer* («Queer House Party...» [4]) также был образован данным способом.

#### 4) Аббревиация

В туалетной теме можно найти выражение *watercloset*, которое сокращается до *WC*, как, например, в статье «Public toilets...» («A WC in Clapham, south London, was misused and lay derelict for 40 years.») [5].

Лексико-семантическими способами образования эвфемизмов можно назвать генерализацию значения, метафоризацию, метонимизацию, поляризацию значения, перифраз, заимствования и термины, компрессию и семантическую аналогию.

#### 1) Генерализация значения

Данным способом был образован такой эвфемистический эквивалент глагола *to die* в статье «Covid and suicide...», как *to disappear* («They say 'It is so painful, I am so lonely I want to disappear.») [6].

#### 2) Метафоризация значения

Большинство эвфемизмов было метафорически переосмыслено. В статье «Derek Chauvin trial...» также можно обнаружить эвфемистический эквивалент, относящийся к тематике смерти. Эвфемизм *to fade away* («Donald Williams III, a witness for the prosecution, said Mr Floyd was "slowly fading away"...» [7]) был образован с помощью метафоризации значения.

#### 3) Метонимизация значения

При образовании эвфемизмов может использоваться синекдоха, «замена слова, обозначающего известный предмет или группу предметов, словом, обозначающим часть названного предмета или единичный предмет». Так, в американском английском полицейский может называться *blue* (на полицейского переносится цвет его формы) [1].

#### 4) Поляризация значения

В данном случае эвфемизмы образуются в результате замены слова на его антоним. Например, в статье детского новостного сайта «Senate Begins Second...», говорящей о

Дональде Трампе, можно встретить такое выражение, как «Democrats barely control the Senate» [8]. Несмотря на то, что в предложении речь идет об отсутствии контроля, отрицание выражается не с помощью частицы *not*, а с помощью антонимичного словосочетания *barely control*.

#### 5) Перифраз

Эвфемистический перифраз заключается в названии стигматичного денотата как можно более завуалировано. В статье детского новостного сайта «Impeachment: Senate Finds...» о поведении Дональда Трампа говорится следующее: «Many Republicans still have concerns about Mr. Trump's behavior» [9]. В данном примере не говорится о поведении бывшего американского президента напрямую, благодаря чему неприятная часть информации остается завуалированной.

#### 6) Заимствования и термины

Заимствования и термины не полностью осознаются адресатами, благодаря чему скрывается неприятная часть характеристики объекта высказывания. Например, в английском языке французское *faux* употребляется в значении *false*, как в заголовке статьи «Newspaper headlines: Fury over Rees-Mogg remarks and faux-fur Queen» [10].

#### 7) Компрессия

Компрессия – это «один из способов номинализации и свертывания тематической и рематической информации в реализованной части текста для перевода в тему очередного предложения текста». Примером может служить следующая фраза: *you-know-what* (любой предмет или явление, которое является табуированным) [1].

#### 8) Семантическая аналогия

Аналогия в лингвистике – это «уподобление, вызванное влиянием одних элементов языка, образующих более продуктивную и более распространенную модель, на связанные с ними другие элементы языка» [1]. Таким способом была образована фраза *to swing both ways* (иметь бисексуальные наклонности), фигурирующая в статье «'Anti-gay' paper column attacked» («Frankly I don't trust a man who says he swings both ways...») [11].

Способами образования эвфемизмов, относящимся к синтаксическим, являются: употребление добавочного элемента, столкновение противоречащих компонентов, избыточное усложнение структуры словосочетания и словосложение.

#### 1) Употребление добавочного элемента

В выражение вводятся слова, меняющие негативное значение на нейтральное. Вернувшись к выражению «Democrats barely control the Senate» [8], можно отметить, что способ поляризации значения применяется наряду с добавочным компонентом *barely*, который также помогает придать выражению эвфемистичности.

#### 2) Столкновение противоречащих компонентов

В данном способе используются слова с противоположными коннотативными значениями. Например, в названии статьи «German economy slips back into negative growth» [12] эвфемизм *negative growth* является оксюмороном, так как роста, о котором говорится, на самом деле не происходит.

#### 3) Чрезмерное усложнение структуры словосочетания

Структура выражения усложняется для затруднения его восприятия адресатом, таким образом позволяя говорящему манипулировать реципиентом.

#### 4) Словосложение

Эвфемизмы данного типа пишутся либо слитно, либо через дефис. Так, например, для обозначения унитаза в английском языке используются сложные слова *honeypot* и *thunder-box* [1]. В основе данных эвфемизмов лежит метафорический перенос компонентов слова, который сопровождается словосложением.

К фоно-графическим способам образования эвфемистических элементов относятся: звуковая аналогия, звукоподражание, редупликация, рифмованный сленг и звуковой эллипсис.

#### 1) Звуковая аналогия

Этот способ заключается в замене нежелательных слов на их паронимы. Например, эвфемистический эквивалент слова damn darn используется в статье «McConnell stands...» («My principle complaint is that they didn't read the darn bill.») [13].

#### 2) Звукоподражание

Звукоподражание, или оноματοпεια, – это «условная имитация звучаний окружающей действительности фонетическими средствами данного языка». Звукоподражание широко используется для создания эвфемизмов детского языка. В качестве примеров можно назвать следующие эвфемизмы: to tinkle (мочиться), piss (моча) [1].

#### 3) Редупликация

В основе данного приема лежит звукоподражание. В качестве примера можно привести эвфемизм boom-boom, означающий половой акт (проводится аналогия со звуком бьющихся друг о друга тел) [1].

#### 4) Рифмованный сленг

В эвфемизмах, образованных данным способом, нет логико-семантической связи с табуированными словами. К примеру, нейтральное слово drink в значении «пить алкоголь» можно замаскировать эвфемизмами bit of blink, ice rink, kitchen sink [1].

#### 5) Звуковой эллипсис

Звуковой эллипсис заключается в удалении отдельных звуков в слове или словосочетании. Так, в статье «Dover councillor Bob Frost...» нецензурное слово сокращается до f\*\*k («In it, he wrote he had told him to "f\*\*k off back to Romania".») [14].

Эвфемизмы используются для достижения коммуникативной цели. Наиболее продуктивными способами образования эвфемизмов, использующихся в англоязычном новостном дискурсе, являются морфологические, лексико-семантические, за исключением метонимизации значения и компрессии, и синтаксические, за исключением словосложения. Категориями текстов с наибольшим использованием эвфемизмов можно назвать политические и связанные с личной жизнью человека. Так как смерть во многих культурах связана с чувством страха, данная тема является табуированной и требует использования большого количества эвфемизмов.

### Литература и источники

1. Формальные способы образования эвфемизмов в английском языке URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formalnye-sposoby-obrazovaniya-evfemizmov-v-angliyskom-yazyke>
2. The Underemployment Crisis [Electronic resource] // URL: <https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2020/08/underemployment-crisis/614989/>
3. Amber Heard says Johnny Depp 'threatened to kill me many times' [Electronic resource] // URL: <https://edition.cnn.com/2020/07/20/media/amber-heard-johnny-depp-libel-trial-gbr-intl/index.html>
4. Queer House Party: The lockdown Zoom event bringing the LGBTQ+ community together [Electronic resource] // URL: <https://www.bbc.com/news/av/uk-england-london-56215648>
5. Public toilets 'wiped out in parts of UK' [Electronic resource] // URL: <https://www.bbc.com/news/uk-36405414>
6. Covid and suicide: Japan's rise a warning to the world? [Electronic resource] // URL: <https://www.bbc.com/news/world-asia-55837160>
7. Derek Chauvin trial: George Floyd 'slowly fading away' during police arrest [Electronic resource] // URL: <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-56572472>
8. Senate Begins Second Trump Impeachment Trial [Electronic resource] // URL: <https://newsforkids.net/articles/2021/02/10/senate-begins-second-trump-impeachment-trial/>
9. Impeachment: Senate Finds Trump Not Guilty [Electronic resource] // URL: <https://newsforkids.net/articles/2021/02/15/impeachment-senate-finds-trump-not-guilty/>
10. Newspaper headlines: Fury over Rees-Mogg remarks and faux-fur Queen [Electronic resource] // URL: <https://www.bbc.com/news/blogs-the-papers-50311215>

11. 'Anti-gay' paper column attacked [Electronic resource] // URL: [http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk\\_news/wales/4770858.stm](http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/wales/4770858.stm)
12. German economy slips back into negative growth [Electronic resource] // URL: <https://www.bbc.com/news/business-49342012>
13. McConnell stands by criticism of companies and accuses Democrats of misrepresenting restrictive voting laws [Electronic resource] // URL: <https://edition.cnn.com/2021/04/07/politics/mitch-mcconnell-voting-rights/index.html>
14. Dover councillor Bob Frost suspended over Big Issue tweet [Electronic resource] // URL: <https://www.bbc.com/news/uk-england-kent-32886774>
15. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка. – М.: Наука, 2001. – 382 с.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, ст. преп. Потапова Н.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

УДК 347.78.034

## **КАТЕГОРИЯ ОЦЕНКИ В КИТАЙСКОЙ РЕКЛАМЕ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ**

*Белова М.С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»  
[mashabelova.2013@gmail.com](mailto:mashabelova.2013@gmail.com)

Данная работа посвящена теоретико-практическому исследованию оценочной лексики в китайской рекламе продуктов питания. Рассматриваются языковые способы выражения оценки. В качестве источников исследования использованы рекламные тексты роликов и баннерной китайской рекламы продуктов питания. В ходе работы были поставлены и решены такие задачи, как изучение теоретической базы «оценки» и «оценочной лексики»; сбор и анализ рекламных текстов китайской рекламы продуктов питания; выявляются и классифицируются наиболее частотные виды оценок и их характеристика.

**Ключевые слова:** оценка, реклама, продукты питания, лексика

## **EVALUATION CATEGORY IN CHINESE FOOD ADVERTISING**

*Belova M.S.*

Kemerovo State University

This work is devoted to theoretical and practical research of evaluative vocabulary in Chinese food advertising. Linguistic ways of expressing the assessment are considered. Advertising texts of commercials and banner Chinese food advertisements were used as the research sources. In the course of this work, the following tasks were set and solved, such as the study of the theoretical basis of "evaluation" and "evaluative vocabulary"; collection and analysis of advertising texts for Chinese food advertisements; in the course of work, the most frequent types of assessments and their characteristics are identified and classified.

**Keywords:** assessment, advertising, food, vocabulary

Оценка — одна из составляющих критериев в рекламе. В тексте рекламы критерии оценки можно выразить через оценочную лексику. Благодаря таким приемам достигается влияние на потребителя. Понятие «оценка» активно изучалось в работах Е.М. Вольф, С.В. Мисяченко, Н.Д. Арутюновой и др. Закономерно, что существует несколько подходов к определению «оценки».

Итак, оценка — это «вербализированный (отраженный, зарегистрированный в речевом акте) результат квалифицирующей деятельности сознания или деятельности сенсорной (чувственной, эмотивной) сферы человеческой психики» [1, с. 24].

«Оценка как семантическое понятие подразумевает ценностный аспект значения языковых выражений, который может интерпретироваться как А (субъект оценки) считает, что Б (объект оценки) хороший/плохой» [2, с. 6].

Материалом для работы послужили рекламные тексты видеороликов китайской рекламы продуктов питания, а также баннерной рекламы. Нами были отобраны 50 материальных единиц: 35 видеороликов и 15 баннеров. В качестве источников материалов исследования использованы: китайские платформы онлайн-видео IQIYI, BILIBILI [3, 4]; видеохостинг, предоставляющий пользователям услуги хранения, доставки и показа видео YouTube [5], а также китайский онлайн-магазин ТаоБао [6].

Как известно, главная функция рекламы — влияние на сознание потребителя, чтобы заставить, побудить человека к покупке товара. Для этого в рекламных текстах активно используются средства, выражающие оценку.

По Н.Д. Арутюновой, оценочную лексику можно разделить на лексику с общей оценкой и лексику с частной оценкой. Частнооценочная лексика в свою очередь делится на: 1) сенсорно-вкусовые; 2) психологические; 3) эстетические; 4) этические; 5) утилитарные; 6) нормативные; 7) телеологические оценки [7, с.75].

В рекламном тексте оценочная лексика может характеризовать не только свойства товара, но и потребителя, на которого может быть направлен данный товар. Так, в рекламе молока 旺仔牛奶 [Wàng zǐ niúǎi] из обращения 宝贝 [bǎobèi]- «золотко» или таких реплик как 你妈妈还是那么爱你 – [nǐ māma háishì nàme ài nǐ] – «твоя мама так любит тебя» мы можем понять, что данная реклама ориентирована на детей.

Реклама продуктов питания в первую очередь характеризует качества рекламируемого продукта. Так, одной из самых распространённых категорий является категория вкуса. В текстах реклам она представлена следующими словами:

Слово	Перевод
美味 měiwèi	Вкусный, лакомый
好吃 hǎochī	Вкусный; приятный на вкус
爽口 shuǎngkǒu	Приходиться по вкусу; приятный на вкус
香 xiāng	Ароматный; приятный на вкус
香甜 xiāngtián	Ароматный и сладкий; вкусный

В текстах рекламы встречаются слова сенсорно-вкусовых оценок, к примеру: 香-[xiāng] — приятный запах; благоухание, аромат.

А также утилитарные оценки: 嚼劲-[jiáojìn]-устраивающее качество упругости, жесткости в пище или блюде.

В рекламе продуктов питания важно отразить вкусовые, полезные, натуральные свойства продуктов, как это представлено в рекламе сушеного манго фирмы 百草味 [Bǎicǎo wèi]

««约1 : 25酸甜比

透发芒果鲜香

果肉肥厚

可口过瘾».

[Yuē 1:25 Suān tián bǐ tǒu fā mángguǒ xiān xiāng, guǒròu féihòu kěkǒu guòyǐn] — «Примерное соотношение кислого и сладкого 1:25, полностью передает утонченный аромат свежего манго, сочная мякоть, получите удовольствие от вкуса».

Итак, согласно данной рекламе, производители указывают, что их товар обладает уникальными качествами, например 鲜香- [xiān xiāng]- *утонченный аромат*.

Важно отметить, что оценку можно выразить и через глаголы, к примеру 过瘾 [guòyǐn] — наслаждаться, получать удовольствие. 可口过瘾 [kěkǒu guòyǐn] — получите удовольствие от вкуса/насладитесь вкусом. Таким приемом показывается, что уникальность манго можно понять, лишь попробовав только этот продукт.

Итак, оценка в китайской рекламе продуктов питания может выражаться различными способами. Выбирая различные средства оценки, авторы рекламного текста пытаются воздействовать на потребителя, его чувства.

Перспектива развития работы связана с дальнейшим добавлением в исследование русской рекламы продуктов питания, выявлением характерных особенностей выражения оценки, сравнением проявления языковых способов выражения в русской и китайской рекламах продуктов питания.

### Литература и источники

1. Ляпон М.В. Оценочная ситуация и словесное само моделирование // Язык и личность. М., 1989. С. 24-33.
2. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. М., 2002. 280 с.
3. IQIYI – китайская платформа онлайн-видео. – URL: <https://www.iqiyi.com>.
4. BILIBILI – китайская платформа онлайн-видео. – URL: <https://www.bilibili.com>.
5. YouTube — видеохостинг, предоставляющий пользователям услуги хранения, доставки и показа видео. — URL: <https://www.youtube.com>.
6. Taobao — интернет-магазин. — URL: <https://world.taobao.com>.
7. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: Оценка, событие, факт. М., 1988: 338 с.

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

УДК 811.111

### ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА ПАРФЮМЕРНОГО БЛОГА

*Ватлина В.В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

Vika\_vatlina@mail.com

В данной статье анализируются лингвистические особенности парфюмерного блога в коммерческих постах. В статье автором раскрываются характерные черты присущие данному типу текстов, их структура и принципы. Особое внимание было уделено рассмотрению использования различных средств языковой выразительности и их функций. В ходе работы были использованы методы лингвистического наблюдения и описания, а также метод сплошной выборки. Новизна данной статьи заключается в том, что ранее для исследования лингвистических особенностей рекламного текста в качестве основы не использовался парфюмерный блог.

**Ключевые слова:** реклама, парфюмерный блог, эпитет, рекламный дискурс, рекламный текст, средства привлечения внимания

## LINGUISTIC FEATURES OF THE ADVERTISING TEXT OF THE PERFUME BLOG

*Vatlina V.V.*

Kemerovo State University

This article analyzes the linguistic features of the perfume blog in commercial posts. In the article, the author reveals the characteristic features of this type of texts, their structure and principles. Special attention is paid to the use of various means of linguistic expression and their functions. In the course of the work, the methods of linguistic observation and description, as well as the method of continuous sampling, were used. The novelty of this article lies in the fact that previously a perfume blog was not used as a basis for the study of the linguistic features of the advertising text.

**Keywords:** advertising, perfume blog, epithet, advertising discourse, advertising text, attention-grabbing means

Данная работа нацелена на изучение языка рекламы в современном англоязычном блоге, содержащем в своем тексте коммерческое описание косметических и парфюмерных продуктов. Актуальность данного исследования обусловлена ежедневно растущим интересом ученых к вопросам современного языка СМИ и недостаточной изученностью проблем этой научной области.

Современное общество нельзя представить без рекламы. Этимологически слово «реклама» происходит от корня «рек» — «говорить, кричать». На этап рождения рынка продавец одновременно был рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламодиспетчером. Основным носителем рекламного сообщения был звук. В буквальном смысле реклама означает проведение мероприятий, целью которых является создание широкой известности какому-либо товару, услуге или человеку; распространение сведений о ком-либо или о чем-либо с целью создания популярности. Главная цель рекламного дискурса – привлечение внимания к товару потребителей, а также формирование потребительского выбора в пользу понравившегося товара. 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. Основная стратегия, которую используют для достижения цели рекламного дискурса – стратегия завоевания потребителя [1].

В современном мире реклама стала неотъемлемой частью нашей жизни, равно как и интернет. На данном этапе маркетологи все активнее внедряют рекламные посты в коммерческие блоги. Понятие «блог» не поддается однозначному определению, так как в последнее время данное явление значительно диверсифицировалось. Блогом можно считать интернет-дневник или онлайн-журнал, который постоянно обновляется. В нем публикуются тексты, мультимедийные файлы, графические элементы, фотографии и т.д. Автор чаще всего старается делать короткие записи, которые группируются в обратной хронологической последовательности. Обычно блоги рассчитаны на широкую аудиторию, доступны всем, имеют подписчиков (читателей), которые могут высказать свое мнение по поводу текста в комментариях. [2]. Переход рекламы товаров в интернет- блог объясняется тем, что именно там собрана целевая аудитория потенциальных клиентов. Тем самым это способствует увеличению эффективности продаж.

К числу отличий блогов от традиционных сайтов целесообразно отнести:

- «легкость» публикации;
- широкие поисковые возможности;

- высокая социализация;
- быстрота распространения информации;
- возможность прямой связи с источником;
- взаимосвязанность источников информации [3].

Коммерческие посты в блоге также обладают определенной структурой:

1. Понятный заголовок, который цепляет внимание читателя;
2. Основная часть поста, в которой затрагиваются боли клиента или раскрываются ценности продукта;
3. Призыв к действию [7].

Для практического анализа мы выбрали блог модного дома Dior и проанализировали его посты. Модный дом Диор - французская компания, основанная дизайнером Кристианом Диором, а также предпринимателем Марселем Буссаком в 1946 году как ателье высокой моды. На сегодняшний день бренд находится на самом высоком месте в списке Forbes из числа компаний, специализирующихся на одежде и обуви.

Нас заинтересовали посты, описывающие парфюмерную линейку бренда. Как и любой рекламный текст, они обладают характерными композиционными особенностями. Объем постов, как правило, не больше 1-2 сложных распространенных предложений. Текст написан в художественном стиле, с использованием возвышенной книжной лексики. Также стоит отметить изобилие различных вставных конструкций.

При исследовании мы обратили особое внимание на лексику текстов в данном блоге, поскольку лексическая организация высказываний данного жанра будет значительно отличаться от организации текстов других жанров. Лексика в текстах подобного жанра в большинстве является оценочной. Так, к примеру, можно отметить, что в текстах чаще других стилистических тропов употребляются сложные эпитеты. Эпитет – это «слово, определяющее предмет или действие и подчеркивающее в них какое-либо характерное свойство, качество. Стилистическая функция эпитета заключается в его художественной выразительности» [8]. В рекламе эпитет употребляется как средство, помогающее создавать образ рекламируемого объекта, характеризующее этот объект. Эпитеты дают характеристику, описывают достоинства рекламируемого товара. Выбор подходящего эпитета обуславливается главной задачей – положительной оценкой продукта или услуги:

*Miss Dior Rose N'Roses is a sparkling floral fragrance, a profusion of Grasse Roses refreshed by zest of Bergamot and heightened by the intensity of a White Musk note [4]; Lively and vibrant, Miss Dior Rose N'Roses immediately sweeps us away into an ocean of fresh petals, into the middle of an endless field of flowers [5]; Give your fragrance gift an unforgettable personalised touch. An exclusive service to create an everlasting memory [6].*

Использование эпитетов в рекламных постах позволяет создать убедительный привлекательный образ товара в сознании потребителей. Они выступают эффективным выразительным языковым средством создания рекламного образа, подчеркивают его индивидуальность, выделяют существенные признаки товаров и услуг, передают высокую степень их качества, детализируют представление потребителей о продукте, акцентируя их внимание на его значимых свойствах.

Таким образом, очевидно, что текст рекламного поста парфюмерного блога должен выстраиваться таким образом, чтобы максимально привлечь читателей к покупке. Также текст должен быть простым в лексико-грамматическом плане, потому что у современного человека нет времени, и он быстро пролистывает страницы интернета. Копирайтеры используют богатый арсенал средств для привлечения внимания потребителей.

#### **Литература и источники:**

1. Калиева, О. М. К вопросу о рекламе и рекламно-информационном пространстве / О. М. Калиева, М. И. Дергунова. — Текст : непосредственный // Проблемы современной экономики : материалы III Международ. науч. конф. (г. Челябинск, декабрь 2013 г.). — Т. 0.

— Челябинск : Два комсомольца, 2013. — С. 81-84. — Режим доступа: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/92/4345/> (дата обращения: 10.04.2021).

2. Иванько А. Ф., Иванько М. А., Гомзелева К. «Блоги в системе сетевых коммуникаций» // «Символ науки» 2017. - 1 с.

3. Шарапова И.Л. «Блог как инструмент рекламы и PR.» // «Коммуникативные исследования» 2014. - 1 с.

4. Рекламный пост парфюма “Gris Dior”. – Режим доступа: <https://www.instagram.com/p/CHVsxIkIrkH>.

5. Рекламный пост парфюма “Miss Dior”. – Режим доступа: <https://www.instagram.com/p/CLЕосСНowrr>.

6. Рекламный пост парфюма “Miss Dior”. – Режим доступа: <https://www.instagram.com/p/CLHoojJl5DP>.

7. Блог «Как написать коммерческий текст». - Режим доступа: <https://digital-academy.ru/blog/kak-napisat-kommercheskiy-text-11-pravil>.

8. Розенталь Д.Э., Теленкова М.А. Словарь-справочник лингвистических терминов. 3-е изд., испр. и доп. - М.: Просвещение, 1985. - 399 с.

*Научный руководитель - Ермолаева Е.Н., канд. филол. наук, доцент ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

**УДК 81’22**

## **СПЕЦИФИКА ВИЗУАЛЬНЫХ СТИЛИСТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ И ТРОПОВ В ДЕТСКОЙ РУССКОЯЗЫЧНОЙ КОММЕРЧЕСКОЙ РЕКЛАМЕ**

*Запольская А.А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[zapolskaya.alya@mail.ru](mailto:zapolskaya.alya@mail.ru)

В данной статье мы рассмотрим специфику функционирования визуальных стилистических средств и тропов в детской русскоязычной коммерческой рекламе. Основными предметами нашего интереса являются такие приёмы, как визуальная персонификация и визуальная метафора. Визуальная персонификация в русскоязычном рекламном дискурсе чаще всего представляет собой маскота (или маскотов) бренда, который появляется в различных рекламных обращениях и на упаковках продукции. Благодаря использованию антропоморфных маскотов в детской рекламе между ними и потенциальными потребителями происходит опосредованная коммуникация, которая и является стимулом к покупке рекламируемого товара. Особенно успешно это применяется в рекламе для детей, так как именно эта возрастная категория склонна идентифицировать себя с увиденными в обращениях образами. Идентификация упрощается благодаря физическому уподоблению маскота внешнему виду и телосложению ребенка (подростка), а также его речевым особенностям и поведению. Всё это повышает доверие и интерес ребёнка к рекламодателю и представленной в обращениях продукции. Визуальная метафора также является популярным средством в детском маркетинге, которая всегда отличается оригинальностью, новизной и имплицитностью в восприятии. Визуальная метафора является достаточно сложным средством для восприятия, так как её смысл не всегда понятен с первого взгляда, а основная цель рекламы – мгновенно заинтересовать реципиента. Мы предполагаем, что именно поэтому данное средство не пользуется такой популярностью в отечественном маркетинге, как визуальная персонификация.

**Ключевые слова:** маркетинг, стилистические приёмы, детская реклама, визуальная метафора, визуальная персонификация, маскот.

## THE SPECIFICS OF VISUAL STYLISTIC MEANS AND TROPES IN RUSSIAN COMMERCIAL ADVERTISING TO CHILDREN

*Zapolskaya A.A.*

Kemerovo State University

In this article, we will consider the specifics of the functioning of visual stylistic means and tropes in Russian commercial advertising to children. The main subjects of our interest are such means as visual personification and visual metaphor. Visual personification in Russian advertising discourse is most often a mascot (or mascots) of the brand, which appears in various advertising appeals and on product packaging. Thanks to the use of anthropomorphic mascots in advertising to children, indirect communication occurs between them and potential consumers, which is the incentive to buy the advertised product. This is especially successful in advertising to children, since this age group tends to identify with the images seen in the advertisements. Identification is simplified due to the physical likeness of the mascot to the appearance and physique of the child (teenager), as well as his speech characteristics and behavior. All this increases the child's trust and interest in the advertiser and the products presented in the advertisement. Visual metaphor is also a popular tool in marketing to children, which is always characterized by originality, novelty and implicitness in perception. Visual metaphor is quite a complex tool for perception, since its meaning is not always clear at first glance, and the main purpose of advertising is to instantly interest the recipient. Perhaps this is the reason why this tool is not as popular in Russian marketing as visual personification.

**Keywords:** marketing, stylistic means, advertising to children, visual metaphor, visual personification, mascot.

При изучении визуальных стилистических средств в детской русскоязычной коммерческой рекламе для детей, нам удалось выявить несколько закономерностей их использования маркетологами. Как известно, рекламодатели стараются всеми возможными способами привлечь внимание своей целевой аудитории. Детская реклама должна быть оригинальной, захватывающей и запоминающейся. Для этой цели используется такой приём, как визуальная персонификация (олицетворение). В своей книге «Рекламный текст. Методика составления и оформления» Сергей Бердышев даёт такое определение рассматриваемому понятию: «Под олицетворением понимается такое изображение объектов и явлений живой и неживой природы, когда они наделяются возможностями и признаками человека, в особенности человеческим характером и привычками. Рекламное олицетворение приемлемо чаще всего в устойчивых выражениях: «хмурое небо», «веселый денек», «солнце улыбается» [Бердышев 2008]. Людмила Валентиновна Подорожная в своей работе «Принципы и приёмы создания рекламной идеи» также говорит о персонификации в коммерческой рекламе. Автор пишет, что при использовании данного приема товар становится более антропоморфным. Благодаря этому он из неодушевленного становится одушевленным, наделенным определённым характером. Он начинает общаться и действовать, а это означает совсем иное отношение к нему реципиентов.

В данном исследовании мы выяснили, что реклама, рассчитанная на детей, изобилует примерами персонификации. Так, на рисунке 1 мы видим рекламное обращение от компании «Вимм-Биль-Дан». Предмет рекламы – продукция для детей под названием «Рыжий Ап!». Для привлечения покупателей маркетологи использовали визуальную персонификацию – маскотом продукции являлся забавный зверёк, похожий на чебурашку, по имени Рыжий Ап. Яркий цвет и физическое уподобление пропорциям ребёнка (большая голова, короткие конечности, маленький рост) позволяли детям идентифицировать себя с персонажем рекламы, что помогало «приблизить» продукцию к целевой аудитории.



Рисунок 1

На рисунке 2 изображена реклама детских йогуртов и соков под названием «Здрайверы». Само название образовано от слова «здоровье» для того, чтобы ассоциироваться у реципиентов с чем-то полезным. Маскоты бренда, представленные на всех рекламных обращениях продукции, представляют из себя персонифицированных животных, а именно: утконоса, зебру, носорога, утку и собаку. Все они одеты в современную молодёжную одежду, на головах у них причёски и головные уборы. Всё это сделано с целью повышения интереса к рекламируемой продукции у детей и подростков.



Рисунок 2

Визуальная метафора также играет большую роль в создании рекламных обращений. В своей научной статье «Специфика метафоризации в современном рекламном дискурсе: визуальный компонент» авторы М. В. Терских и М. Г. Павчун говорят о том, что визуальная составляющая рекламы имеет даже больший смысловой и прагматический потенциал, чем вербальная. Особенно среди всех визуальных средств, используемых в маркетинге, авторы выделяют визуальную метафору, говоря, что на данном стилистическом приёме маркетологи всё чаще базируют свои рекламные обращения. Авторы утверждают, что визуальная метафора строится на сопоставлении двух зрительных образов, вследствие чего генерируется новое значение, новый смысл.

На рисунке 3 мы видим рекламу продуктов детского питания бренда «Агуша». Внизу располагается слоган обращения: «Всегда рядом с малышом!». В качестве визуального компонента представлены часы, весь циферблат которых заполнен шестью изображениями маленького ребёнка. На них ребёнок спит, ест и играет. Здесь визуальный метафорический перенос основан на использовании в слогане наречия времени «всегда». Для визуализации слогана используется образ часов, где каждый час заполнен уходом за ребёнком, и непосредственное участие в этом круглосуточном процессе принимают продукты «Агуша».

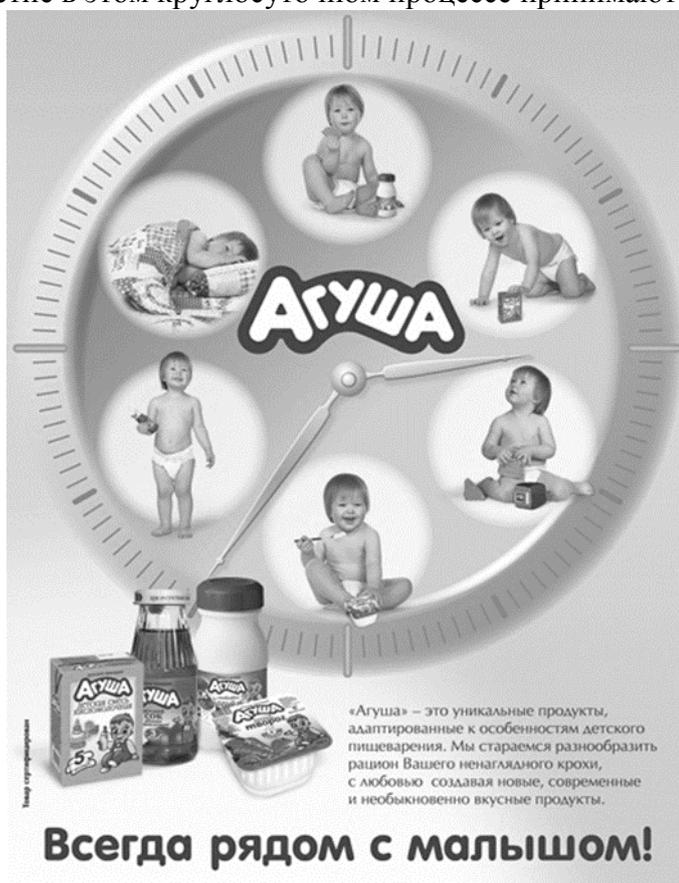


Рисунок 3

Итак, из всего вышеизложенного можно сделать вывод о том, что при помощи визуальных стилистических средств рекламодатели всячески стремятся сократить эмоциональную дистанцию между образом продукта и реципиентами. При этом для достижения своей цели рекламодатели действуют, отталкиваясь от возраста своей целевой аудитории. Для привлечения внимания детей используются яркие, интересные, красочные маскиоты, через которых осуществляется опосредованная коммуникация с данным сегментом рынка. Для привлечения родителей применяется эффект психологического воздействия путём использования в рекламе образа маленького ребёнка.

### Литература и источники

1. Бердышев Сергей Николаевич Рекламный текст. Методика составления и оформления М.: Дашков и Ко, 2008. — 252 с.
2. Подорожная, Людмила Валентиновна. Принципы и приёмы создания рекламной идеи, 2012
3. Терских М. В. и Павчун М. Г. Специфика метафоризации в современном рекламном дискурсе: визуальный компонент / Лингвокультурология, 2014.

*Научный руководитель – д-р филол. наук, профессор Каменева В.А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

**УДК 81-139**

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНОГО МЕТОДА ПРИ ПОЛИЛИНГВАЛЬНОМ ОБУЧЕНИИ (НА ПРИМЕРЕ ВРЕМЕННЫХ ФОРМ ПЕРФЕКТА И АОРИСТА АНГЛИЙСКОГО И ИСПАНСКОГО ГЛАГОЛА)**

*Кузнецова Я.Н.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[beawesome3@gmail.com](mailto:beawesome3@gmail.com)

Сегодня в процесс обучения иностранным языкам активно внедряются методы билингвального и многоязычного обучения. Полилингвизм определяют как владение лицом несколькими иностранными языками (на разных уровнях компетенции). В этой статье я рассматриваю степень эквивалентности простых прошедших и настоящих совершенных форм в английском и испанском языках, чтобы выявить случаи совпадений и несоответствий в использовании идентичных форм на уровне системы и узуса. Количественный и сравнительный анализ показал, что упомянутые выше грамматические времена очень похожи, однако процент расхождений всё же довольно высок. Следовательно, перенос знаний из одного языка в другой облегчит понимание на начальном этапе, но после овладения базой все равно требуется детальное изучение всех нюансов и особенностей того или иного языка. Более того, правила грамматики могут различаться в зависимости от географического положения. Данную особенность можно заметить при сравнении США и Великобритании, Испании и Латинской Америки.

**Ключевые слова:** полилингвальное образование, язык, грамматические времена, языковой перенос, испанский, английский.

**USAGE OF THE COMPARISON AND CONFRONTATION METHOD IN POLYLINGUAL EDUCATION (BASED ON PRESENT PERFECT AND SIMPLE PAST FORMS OF ENGLISH AND SPANISH VERBS)**

*Kuznetsova Y.N.*

Kemerovo State University

Today methods of bilingual and multi-lingual education are being developed and implemented at different levels of teaching foreign languages. Polylingual education is a purposeful process of forming a polylingual personality on the basis of simultaneous mastering of several languages. In this article I consider the degree of equivalence of simple past and present perfect forms in English and Spanish in order to identify cases of coincidences and discrepancies in the use of identical forms at the system and usus level. Quantitative and comparative analyses have shown that the above-mentioned grammatical tenses are quite similar, however, the percentage of discrepancies is

still quite high. Thus, language transfer will facilitate understanding at the initial stage, but after mastering the base, a detailed study of all the nuances and features in a particular language is still required. Moreover, grammar rules may vary depending on geographic location, whether we consider the USA or the UK, Spain or Latin America.

**Key words:** polylingual education, language, grammatical tenses, language transfer, Spanish, English.

Сравнительно-сопоставительный метод используется для выявления общих, а также специфических черт разных языков, независимо от их происхождения [6]. Именно этот метод имеет большую популярность при полилингвальном обучении, поскольку он позволяет в значительной мере облегчить изучение иностранного языка. Например, проводя параллели с родным языком или первым иностранным, ученики находят сходства в фонетике, лексике и грамматике. Чем больше сходств, тем легче и быстрее можно понять новый материал и запомнить его [4]. Однако, у языкового переноса есть и негативное влияние – это интерференция (перенос навыков при котором ранее приобретенные навыки оказывают влияние на образование новых, не соответствующих нормам изучаемого иностранного языка). Интерференцию нельзя предотвратить полностью, но её влияние можно уменьшить за счёт сообщения теоретических сведений, использования приёма перевода и контрастирующих упражнений [3].

Английский и испанский, будучи одними из самых популярных языков на сегодняшний день, относятся к индоевропейской языковой семье, но входят в разные группы внутри нее. Английский относится к германской группе языков, а испанский к романской, следовательно, данные языки имеют как ряд общих черт, так и отличительные особенности [5]. Анализ перфекта и простого прошедшего времени в пособии “Conversational Spanish Dialogues” и переводах пьесы А. П. Чехова «Вишневый сад» позволил доказать, что при изучении одного языка на базе другого нельзя говорить о полном переносе знаний о перфекте и простом прошедшем времени. Во-первых, не все случаи употребления того или иного времени будут совпадать в двух языках, например, в английском языке перфект используется в том случае если говорящему важно подчеркнуть, сколько раз выполнялось действие:

*“It’s the first time he has driven a car [8].”*

*«Он первый раз в жизни сел за руль».*

А в испанском языке используется простое настоящее. В тоже время употребление перфекта в испанском может носить субъективный характер, т.е. вполне допустима такая неверная с грамматической точки зрения фраза:

*“Mi madre ha muerto hace 2 años [там же].”*

*«Моя мать умерла два года назад».*

Во-вторых, зачастую грамматические значения передаются при помощи специальных конструкций, а не времён, поэтому осуществить перенос знаний просто невозможно. Например, в испанском языке аналогами present perfect могут выступать следующие грамматические конструкции:

- 1) presente de indicativo + desde + дата;
- 2) presente de indicativo + desde hace + период времени;
- 3) hace + период времени + que + presente de indicativo [7].

В-третьих, грамматика английского и испанского имеет и территориальные отличия. Именно в американском английском past simple достаточно часто заменяет present perfect и даже может употребляться с типичными наречиями перфекта “just, already, yet”, что не является характерным для британского английского [2]. Для испанского языка латинской Америки и вовсе не свойственно использование перфекта, поскольку его практически полностью вытеснил аорист (просто прошедшее время) [1]. Таким образом, при изучении иностранного языка следует не только изначально определиться с вариантом английского

или испанского, но и изучить грамматические особенности, вызванные территориальным положением.

Обращаясь к сопоставительному анализу текстов, можно отметить, что процент совпадений употребления перфекта и простого прошедшего времени в двух текстах различается достаточно сильно – в пьесе Чехова 40% использования перфекта в испанском и английском совпало, а в “Conversational Spanish Dialogues” совпало 75% от всех случаев использования. Совпадающие случаи использования простого прошедшего времени составили 46% в пьесе и 74% в диалогах. Столь разные показатели можно объяснить тем, что диалоги были написаны на английском языке и переведены на испанский, поскольку испанский и английский имеют значительные грамматические сходства, то переводчик мог попасть под их влияние. В то время как переводы пьес были выполнены с русского языка на английский и испанский и влияние схожих грамматических аспектов отсутствует практически полностью, т.к. временные формы русского языка имеют мало сходств с английскими или испанскими формами.

Таким образом, сравнительно-сопоставительный метод значительно облегчает процесс изучения нового языка и чем больше языков человек уже знает, тем больше параллелей он сможет провести. Однако, нельзя забывать про интерференцию, следует уделять особенное внимание тем моментам, которые будут запутывать ученика, а не помогать ему. Несмотря на сходства перфекта и аориста в английском и испанском языках, грамматические времена всё же отличаются контекстами употребления. Более того, существуют и грамматические конструкции, которые не входят в общую систему времён и требуют отдельного изучения. Преподавателю необходимо также упоминать про варианты изучаемого языка и их особенности. Сопоставление языков действительно очень эффективно на ранних и средних этапах обучения, но для выхода на продвинутый уровень владения языком необходимо изучение всех нюансов и особенностей употребления перфекта и аориста в том или ином языке.

### Литература и источники

1. Ивкина, Е. Н. О конкуренции форм перфекта и аориста в испанском языке / Е. Н. Ивкина // *Magister Dixit – Иркутск : Евразийский лингвистический институт, 2011. – №2. – С. 254.*
2. Кузнецова, Л. В., Кузнецова, Л. М. Эволюционные процессы полифункциональной грамматической категории перфекта в английском языке / Л. В. Кузнецова, Л. М. Кузнецова // *Вестник – ННГУ : 2009. – № 1. – С. 359.*
3. Леонтьева, Н. И. Интерференция при изучении второго иностранного языка / Н. И. Леонтьева // *Альманах современной науки и образования – Тамбов : Грамота, 2009. – № 4. – Ч.1. – С. 186.*
4. Смирнова, Е. В. Опора на родной язык и лингвокультуру как компонент основы билингвального образования при использовании средств ИКТ / Е. В. Смирнова // *Карельский научный журнал – Тольятти : КНЖ, 2017. – №1. – С. 118.*
5. Флеров, О. В. Лингводидактические особенности преподавания иностранных языков в зависимости от их лингвистических характеристик (на примере английского и испанского языков) / О. В. Флеров // *Евразийский Союз Ученых – 2014. – №8-3. – С. 173.*
6. Чемоданов, Н. С. Сравнительное языкознание в России / Н. С. Чемоданов. – М. : Издательство Юрайт, 2018. – 95 с.
7. Argonés, L. *Gramática de Uso del Español* / L. Argonés, R. Palencia – Madrid : Grupo SM, 2010. – 271 p.
8. *Editorial Vértice Inglés avanzado / Editorial Vértice – Málaga : Málaga Vértice, 2008. – 338 p.*

УДК 81

## ФОРМЫ ТРОЛЛИНГА В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ

*Мельник А.В.*

ФГБОУ «Кемеровский государственный университет»

[melni1997@list.ru](mailto:melni1997@list.ru) [falomkina@mail.ru](mailto:falomkina@mail.ru)

В статье осуществлена попытка обобщения представлений о таком явлении интернет-коммуникации как «троллинг». Цель работы - раскрыть понятие «сетевой троллинг», определить основные формы сетевого троллинга. Для достижения цели были проанализированы работы современных исследователей, посвященные описанию различных форм троллинга, который понимается как намеренные провокационные заявления, не всегда предполагающие ответ, однако призванные спровоцировать конфликт или задеть чувства одного из участников коммуникации. Ученые обращаются к изучению особенностей троллинга не только в интернет-дискурсе, но и политическом и в медиа-дискурсе. Автора статьи интересуют подходы к раскрытию этимологии слова «троллинг», определению времени возникновения этого феномена, отмечается также неоднозначность самого термина, который признается не всеми лингвистами. В ходе исследования было установлено, что до сих пор недостаточно изучена специфика троллинга, не создана единая классификация форм троллинга в целом и сетевого троллинга в частности. Перспективной видится работа по созданию классификации форм троллинга в целом и сетевого троллинга в частности по различным основаниям. Автор статьи также обращает внимание на существование такой формы троллинга, как искажение имен собственных.

**Ключевые слова:** интернет-коммуникация, троллинг, сетевой троллинг, провокация, языковая игра, искажение имен собственных

## FORMS OF TROLLING IN THE INTERNET

*Melnik A.V.*

Kemerovo State University

The article attempts to generalize ideas about such a phenomenon of Internet communication as "trolling". The purpose of the work is to reveal the concept of "network trolling", to determine the main forms of network trolling. To achieve this goal, the works of modern researchers were analyzed, devoted to the description of various forms of trolling, which is understood as deliberate provocative statements that do not always imply a response, but are designed to provoke a conflict or hurt the feelings of one of the communication participants. Scientists turn to the study of the features of trolling not only in Internet discourse, but also in political and media discourse. The author of the article is interested in approaches to disclosing the etymology of the word "trolling", determining the time of occurrence of this phenomenon, the ambiguity of the term itself is also noted, which is not recognized by all linguists. In the course of the study the author found out that the specificity of trolling has not yet been sufficiently studied, a unified classification of forms of trolling in general and network trolling in particular has not been created. Work on the creation of a classification of forms of trolling in general and network trolling in particular on various grounds is seen as promising. The author of the article also draws attention to the existence of such a form of trolling as distortion of proper names.

**Keywords:** Internet communication, trolling, network trolling, provocation, language game, distortion of proper names.

С появлением интернета у людей появилась возможность общения с помощью технических средств связи даже в условиях удаленного нахождения друг от друга как в пространственном, так и во временном отношении. Развитие интернет-общения определило возникновение такого явления, как сетевой троллинг. Социологи, лингвисты и психологи начали описывать троллинг как особый феномен с середины 1990-х гг.

Цель работы – раскрыть понятие «сетевой троллинг», определить основные формы сетевого троллинга.

Само слово «троллинг» стало использоваться с 1996 года. Именно в это время была совершена попытка описать данное явление как особую форму виртуального общения. В своей работе «Идентичность и вымысел в виртуальном сообществе» американский специалист по современным медиа Джудид Донат определяет сетевой троллинг как «игру в подделку личности, но без согласия большинства игроков», так как тролль в основном стремится выдать себя за типичного пользователя ресурса, предлагая свой вариант решения какой-либо проблемы и разделяя точку зрения участников какого-то виртуального сообщества. По мнению автора отличительной чертой тролля от других инициаторов коммуникативных форм является наличие игрового характера и условия полной анонимности [7, с. 111].

В настоящее время в интернет-лингвистике выделяют два основных подхода к определению троллинга. В широком смысле данное понятие описывается как «провокационная деятельность социума», целью которой является развитие конфликта через нарушения правил этики виртуальной коммуникации [6, с. 588]. С другой стороны, сетевой троллинг можно рассматривать как вид коммуникативной деятельности, в котором происходит конфликт между участниками сетевого сообщества через заведомо провокационные сообщения [7, с. 111]. Следует отметить, что в современном виртуальном пространстве сетевой троллинг широко распространен наряду с холивором, спамом, флеймом и флудом. Кроме того, сетевой троллинг находит место не только в сфере виртуальной коммуникации, но и в рекламной и политической коммуникации.

В своем исследовании Р. А. Внебрачных высказывает мысль о том, что данный термин «троллинг» используется именно в сленге участников сетевого общения и не употребляется в широких научных кругах [4, с 48-51].

Этимология слова «троллинг» не до конца ясна.. По мнению некоторых ученых, данный термин произошел от английского словосочетания «trolling for suckers» (техника спортивной рыбалки), где «trolling» происходит от «trawling» - «траление, ловля на мормышку».

Существует мнение, что возникновение троллинга в России связано с появлением в сети изображения Trollface, символизирующий злорадство, лицемерие и эмоции успешного тролля.

Троллинг в интернет-пространстве осуществляется в различных формах, представляя собой в содержательном плане комментарий или сообщение с определенной целью. Исследователи отмечают, что «структурно троллинг представляет собой в диалогической речи – метатекстовую стимулирующую реплику, которая не предполагает ответа, в монологической письменной речи – особый способ ведения авторской речевой партии» [5, с. 84].

Отметим тот факт, что на данный момент единой научной классификации форм троллинга не представлено, однако описаны отдельные формы троллинга и дана их характеристика.

М. М. Акулич предлагает классифицировать сетевой троллинг по следующим основаниям:

1. По экономическим и неэкономическим целям.
2. По месту реализации [2, с. 47-54].

Рассматривая сетевой троллинг, основанием которого являются экономические цели, можно выделить бизнес-троллинг, который имеет общие черты с распространенным понятием «профессиональный троллинг». Такой вид троллинга имеет влияние на чувства, интересы и цели человека в профессиональной деятельности субъекта или объекта троллинга, вызывая тем самым необходимую для тролля реакцию. Бизнес-троллинг, который сейчас активен в сети, свою популярность набрал за счет того, что помогает многим сайтам поддерживать свое развитие. На сегодняшний день в сети можно даже найти рекомендации для того, как стать профессиональным троллем, а точнее – бизнес-троллем.

Одной из форм бизнес-троллинга можно назвать патентный троллинг, который осуществляет давление на объект троллинга путем предъявления патентных прав на осуществленное действие.

Говоря о формах бизнес-троллинга можно выделить астротурфинг, целью которого является навязывание общественного мнения, которое в свою очередь является искусственно созданным.

Троллинг, основанный на неэкономических целях, называется любительским. Его основное назначение заключается в воздействии на чувства, желания, настроение объекта троллинга, вызывая в нем негатив, а в субъекте троллинга – чувство удовлетворения и удовольствия. Такой вид троллинга еще называют дилетантским; он приносит троллю нужные для него дивиденды. Основной формой проявления такого троллинга является хулиганство, в процессе которого тролль получает удовольствие больше, чем от конечного результата.

Выделяют и троллинг, который основывается на политических целях – политический троллинг. Такой вид троллинга позволяет политикам достигнуть определенного политического капитала и реализовать свои политические интересы. В данном случае тролль выводит из равновесия своего оппонента, тем самым получает от него ожидаемую реакцию.

Психологические цели, которые в реальной жизни практически недостижимы, являются основой психологического троллинга. Такой троллинг подразумевает целенаправленное или случайное воздействия на психику человека через публичное высмеивание или уничтожение убеждений, что вызывает негативные эмоции.

По месту реализации, по мнению М. М. Акулич, можно выделить офисный, бытовой и сетевой троллинг: офисный троллинг реализуется в служебной, официальной обстановке; бытовой троллинг осуществляется в повседневной жизни людей; сетевой троллинг реализуется в процессе интернет-общения на разных интернет-площадках.

[Сетевой троллинг может принимать различные формы](#) [2, с. 47-54].

Пользователи интернет-пространства выделяют «толстый» и «тонкий» троллинг. Их главное отличие заключается в том, что «толстый» троллинг очевиден, в то время как «тонкий» троллинг трудно обнаружить с первого взгляда. «Толстый» троллинг проявляется в достаточно вызывающем поведении, содержит персональные оскорбления, ненормативную лексику и нарушение правил коммуникации. «Тонкий» троллинг формально не вызывает негативных эмоций, т.к. провокация в данном случае завуалирована. Таким образом, главное отличие этих двух форм троллинга заключается в разных формах воздействия на объект и степени культурного уровня тролля.

Одним из способов неявного троллинга может стать языковая игра. [3, с. 136-140].

Одной из форм троллинга является провокация, которая заключается в воздействии на человека или на группу лиц с целью спровоцировать конфликт и вызвать взаимные оскорбления участников коммуникации. Выделяются случаи, когда провокационный троллинг переходит в форму атаки, в результате которой происходит перепалка через вброс клеветы, слухов и т.д.

Другой формой троллинга является имитационный троллинг. В такой ситуации происходит не конфликт, а его имитация. В данном случае один тролль может иметь

несколько учетных записей в рамках одного форума, где имитирует коммуникацию между ними в виде перебранки [2, с. 47-54].

Ю. А. Агуреева выделяет 7 видов сетевого троллинга:

1. Медиа-атака (размещение файлов различного характера на ресурсы, которые вызывают страх и шок).
2. Провоцирование (размещение комментариев расистского и экстремистского характера).
3. Утверждение (размещение собственного мнения в виде общепринятого факта без доказательств).
4. Спойлеринг (преждевременное размещение фактов о каком-либо фильме).
5. Политическая провокация (размещение комментариев относительно политической обстановки страны, которые могут повлечь за собой тяжелые последствия).
6. Намеренная игра на чувствах людей, основывающаяся на тематике сообщества и противопоставлении ему.
7. Маркетинговый ход (размещение положительных комментариев о каком-либо продукте под рекламным постом) [1, с. 182-183].

Л. Р. Дускаева и Ю. М. Коняева говорят о таких смысловых формах троллинга, как «подшучивание, высмеивание и обесмысливание чужих высказываний, издевка над оппонентом, провокация его на грубое поведение, а важнейшими способами выражения этих форм являются эпатажные речевые игры» [5, с. 88].

Троллинг представляет собой широкий спектр моделей поведения от относительно безобидных до невероятно агрессивных.

Одной из форм сетевого троллинга мы считаем искажение имен собственных. Приведем примеры из интернет-комментариев к политическим статьям в электронных СМИ:

- *Подвальнята* сейчас придумают много басен и начнут митинговать в этом чатике («Подвальнята» - сторонники Навального)
- верно, толку *зелибобу* звать, если он всё равно ничего не решает («Зелибоба» - Зеленский)
- Обидели *Зельку*)))) («Зелька» - Зеленский)
- *Зея* обиделся, что не позвали на стрелку, настучал Бидону, тот запретил Европейским шестёркам рыпаться без команды Смотрящего за ЕС. Всё очень просто. Теперь у них такая Дипломатия, не то что у нашего МИДа. («Зея» - Зеленский)
- *Блин ,Кен !* (Блинкен)

В дальнейшем мы планируем провести анализ искаженных имен собственном в грамматическом и структурно-грамматическом аспектах.

### Список литературы

1. Агуреева Ю.А. Кто такие «интернет-тролли»? // [Знак: проблемное поле медиаобразования](#). 2017. № 1 (23). С. 181-185.
2. Акулич М.М. Интернет-троллинг: понятие, содержание и формы // [Вестник Тюменского государственного университета](#). 2012. № 8. С. 47-54.
3. Бондаренко А.О. Языковая игра в троллинге (на материале франкоязычной интернет-коммуникации) // [Филологические науки. Вопросы теории и практики](#). 2021. Т. 14. № 1. С. 136-140.
4. Внебрачных Р.А. Троллинг как форма социальной агрессии в виртуальных сообществах // [Вестник Удмуртского университета. Серия «Философия. Социология. Психология. Педагогика»](#). – Вып. 1. – 2012. – С. 48 – 51.
5. Дускаева Л.Р., Коняева Ю.М. Троллинг в русскоязычных медиа // [Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика](#). 2017. № 5. С. 84-100.
6. Королёв К.М. Скандинавская мифология. Энциклопедия. – М.: Эксмо, 2007. – 588 с
7. Семёнов Д.И. Троллинг как тип коммуникативного поведения в Интернете

(структура и функции): магистерская диссертация. – Комсомольск – на – Амуре, 2012. – 111 с.

8. Ria.ru [Электронный ресурс] // URL: <http://ria.ru>

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Фаломкина И.П., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

УДК 81'42

## ПРОБЛЕМА ПОНИМАНИЯ ЯЗЫКОВОЙ НОРМЫ В КОНФЛИКТНОМ ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ

*Ланцов А. В.*

ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»

[lanceoff.a@yandex.ru](mailto:lanceoff.a@yandex.ru)

Основное содержание исследования составляет изучение проблемы понимания нормы языка в конфликтном интернет-дискурсе, факт наличия которой рассматривается как признак высокого уровня заинтересованности носителей языка в вопросах ортологии. Основной целью работы является описание языка как предмета конфликтов в сознании его носителей, а также применяемых ими конфликтных стратегий и тактик при обсуждении языковой нормы. Теоретическая база исследования – основообразующие работы по направлениям общей лингвистики, социолингвистики, ортологии и конфликтологии, а также актуальные разработки лингвоконфликтологии в области собственно языковых конфликтов.

**Ключевые слова:** юрислингвистика, лингвоконфликтология, языковая норма, собственно языковой конфликт, конфликтная языковая личность, конфликтный дискурс.

## THE PROBLEM OF UNDERSTANDING THE LANGUAGE NORM IN THE CONFLICT INTERNET DISCOURSE

*Lantsov A. V.*

Kemerovo State University

The main content of the research is the study of the language norm in the conflict Internet discourse, the fact of which is considered as a sign of a high level of interest of native speakers in orthology issues. The main purpose of the work is to describe the language as a subject of conflicts in the minds of its speakers, as well as the conflict strategies and tactics they use when discussing the linguistic norm. The theoretical basis of the study is fundamental work in the areas of general linguistics, sociolinguistics, orthology and conflictology, as well as current developments in linguo-conflictology in the field of linguistic conflicts proper.

**Key words:** legal language, linguoconflictology, language norm, language conflict, conflict linguistic personality, conflict discource.

Языковая норма представляет собой сложное, не всегда однородное явление, как и сам язык в целом. Эта сложность и неоднородность впоследствии неизбежно отражается в общении носителей языка между собой, усложняя тем самым их коммуникацию и в ряде случаев приводя к конфликтам, причиной которых становится различное понимание носителями языковой нормы. Сегодня, когда большинству граждан доступна сеть Интернет, такие конфликты вокруг языковой нормы получили новую форму развития (сетевую), обусловившую их новые качества: открытость всем пользователям и фиксированность в сети (распространение Интернет помнит *всё*). Описание данных

конфликтов и их причин требует анализа и, таким образом, способно детализировать научное понимание одной из вечно актуальных проблем общества, а также выявить векторы возможного развития понимания данной проблемы у разных носителей языка. По этой причине объектом исследования является языковая норма (ЯН), а предметом – понимание ЯН в конфликтном интернет-дискурсе.

Анализ теории показал наличие работ, посвящённых вопросам образа языка в сознании его носителей и фиксирующих интерес носителей языка к пониманию нормы, но также и выявил неразработанность вопроса конфликтов носителей языка относительно нормы, особенно в Интернете, пространство которого значительно влияет на форму коммуникации в целом. При этом на практике можно наблюдать уже достаточное количество сетевых собственно языковых конфликтов между пользователями Интернета, являющимися носителями русского языка. Эти конфликты начинают обретать разные, характерные Интернету как дискурсивному пространству, формы, начиная от спора в комментариях под статьями и записями до видеоответов на платформе YouTube. Этой практикой обусловлена **актуальность** исследования, поскольку в конфликтах отражаются диалектические противоречия в содержимом языка, языкового сознания, а с этим – и в жизни вообще. Изучение составляющих эти противоречия тенденций и обретенных ими новых форм полезно для составления наиболее ясной картины действительности и прогнозирования её дальнейшего развития.

**Цель** исследования – описание языка как предмета конфликтов в сознании его носителей, а также установление компонентного состава конфликтных ситуаций из-за языковой нормы в Интернет-пространстве. Для достижения этой цели на разрешение выносятся следующие исследовательские задачи:

1. Проанализировать материал сетевых дискуссий по теме языковой нормы в Интернете на таких площадках, как:

- Яндекс.Дзен;
- Instagram;
- YouTube.

2. Описать зафиксированные сетевые собственно языковые конфликты лингвистически.

3. С позиций лингвистики оценить конфликтность «ортологического» дискурса в Интернет-пространстве.

**Основные методы исследования:**

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

В работах лингвиста В. С. Третьяковой, чьи исследовательские труды посвящены рассмотрению конфликта с позиций языкознания, «для лингвиста важнейшей задачей является установление отрицательного денотативного пространства речевого общения и факторов, обуславливающих зарождение, развитие и разрешение речевого конфликта» [9], то есть для языковедов, занимающихся проблемой конфликтов на уровне языка, важно определять их причины и следствия для успешного решения или даже предотвращения. Именно в таком ключе разрабатывается тема исследования.

В целом, несмотря на то, что изучение конфликтов на языковом уровне как научное направление «открылось» относительно недавно, особенно в России, действительность ставит перед этой активно развивающейся областью знаний значительное количество проблемных вопросов, демонстрируя востребованность «лингвистической конфликтологии». Понимание языковой нормы в конфликтном сетевом дискурсе – не исключение, и причина этого заключается в том, что само возникновение лингвоконфликтологии и её проблем связано с экстралингвистическими факторами: изменение социально-политической модели развития страны и распространение сети Интернет. Следствием воздействия этих двух факторов является сравнительно высокая

степень свободы слова и печати, поступление в повсеместный доступ развитых каналов связи и, наконец, появление возможности заявления о себе представителей *наивной лингвистики* (упрощенные (и персонализированные) представления о языке) и так называемой *любительской лингвистики* (псевдолингвистике)

Конфликтный потенциал свободы слова и печати отмечен журналистом и политологом Е. В. Сусловым, который обращает внимание на то, что это хоть и не изъян, но он как атрибут современного инфополя требует «неустанной работы по регулированию конфликтов» [8]. Это верное замечание, позволяющее сделать вывод о том, что в коллективном языковом сознании имеются диалектически борющиеся между собой противоположные тенденции, и эта борьба отражается в возникающем в разное время между разными людьми противоречии, к снятию которого нужно двигаться.

В виду этого, кроме основополагающего собственно лингвоконфликтологического аспекта в разработке проблемы актуален аспект социолингвистический, что обусловлено «корневым» характером социолингвистики по отношению к лингвистике юридической и конфликтной.

Предварительный обзор материала сетевых дискуссий на тему языковой нормы подтверждает насущность вопроса, и наиболее ярким примером здесь может служить развернувшийся в 2020-м году сразу на двух сетевых ресурсах (YouTube и Instagram) конфликт между известными блогерами Н. А. Сафроновым (лингвист), Т. Гартман (журналист, учитель русского языка и литературы) и С. Гурьяновой (филолог). Они ведут свои собственные блоги, так или иначе посвященные русскому языку: «**Микитко сын Алексеев**» (Н. А. Сафронов); «**Училка против ТВ**» (Т. Гартман); «**istoki slova**» (С. Гурьянова). Этот конфликт весьма примечателен, поскольку с одной стороны он является достоянием широкой публики (от 100 тыс. до 1 млн и более просмотров видеороликов), а с другой – демонстрирует столкновение двух подходов к языку: прескриптивный со стороны Т. Гартман и дескриптивный со стороны Н. Сафронова и С. Гурьяновой.

Также в данной дискуссии имеются признаки столкновения профессиональной лингвистики, которую условно представляют Н. Сафронов и С. Гурьянова, и наивной лингвистики в отношении языковой нормы, а также любительской лингвистики (распространение мифов о языке), представляемой Т. Гартман.

Особенно значимо в данной ситуации то, что и Н. А. Сафронов, и С. Гурьянова как участники конфликта сделали акцент на следующем моменте: *конфликтности* и *конфликтности* речевого поведения их общего оппонента в лице Т. Гартман. Её устная речь оценивается как чрезмерно эмоциональная (Т. Гартман демонстрирует высокую степень возмущения, иногда применяет тон, который возможно охарактеризовать как саркастичный) и насыщенная грубой лексикой («как будто хотели поиздеваться над языком»; «тупые телевизионщики»; «попахивает деревенщиной»). Можно говорить о преобладании инвективной стратегии по К. Ф. Седову [7] в речевом поведении Т. Гартман. Видеоответы и визуально-текстовые ответы Н. А. Сафронова и С. Гурьяновой также отличались той или иной степенью конфликтности: Н. А. Сафронов в своём ответе активно пользовался сочетанием ироничного тона и риторических вопросов, а С. Гурьянова в своих публикациях в Instagram пусть и сдержанно, но охарактеризовала жестикуляцию Т. Гартман как «отчаянную», а публикации как «бредоносные», а также обвинила блогера и педагога в некомпетентности («Но, кажется, не до конца понимаете меру своей ответственности»). В их речевом поведении преобладают уже преимущественно рационально-эвристическая и куртуазная стратегии. Каждый из блогеров обладает различным уровнем языкового сознания (а точнее сознательности), и столкновение этих уровней, демонстрация ими своего понимания проблемы также весьма примечательна. Значимо то, что это история этого столкновения доступна широкому кругу пользователей-носителей языка.

Таким образом, можно говорить о том, что проблематика исследования является актуальной для дальнейшего развития лингвоконфликтологии, а анализируемый автором статьи материал предоставляет широкие возможности как для лингвистического описания

сложившейся вокруг понимания языковой нормы носителями языка ситуации и её выражения в Интернете, так и для оценки вероятных векторов дальнейшего её изменения.

#### **Литература и источники**

1. Анцупов А. Я. Конфликтология : учеб. для вузов / А. Я. Анцупов, А. И. Шипилов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2002. – 560 с.
2. Вепрева И. Т. Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху / И. Т. Вепрева. – Екатеринбург, 2002. – 384 с.
3. Ефремов, В.А. О новых формах наивной лингвистики в эпоху интернета / В. А. Ефремов // Антропологический форум . – Санкт-Петербург: МАЭ РАН, 2014. – № 21 – С. 74–81.
4. Кара-Мурза, Е. С. Конфликт норм как объект русистики и лингвоконфликтологии (на материале рекламных текстов) / Е. С. Кара-Мурза // Юрислингвистика. – Барнаул: АлтУ, 2011. – № 1 (11). – С. 233-243.
5. Полинченко Д. Ю. Любительская лингвистика: проблемы номинации и определения феномена // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация Воронеж: ВГУ, 2011 – № 2 – С. 187-191.
6. Прокуденко, Н. А. Речевой конфликт как коммуникативное событие / Н. А. Прокуденко // Юрислингвистика. – Барнаул : АлтУ, 2010. – № 10. – С. 127-131.
7. Седов, К. Ф. Языковая личность в аспекте психолингвистической конфликтологии / К. Ф. Седов // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии, 2002 – [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://www.dialog21.ru/materials/archive.asp?id=7379&y=2002&vol=6077>
8. Суслов, Е. В. Свобода слова и свобода печати как факторы порождения конфликтов в обществе / Е. В. Суслов // Вестник марийского государственного университета. – Йошкар-Ола: Марийский государственный университет, 2016. – № 1 (21) – С. 74-81.
9. Третьякова, В. С. Конфликт в лингвистических категориях / В. С. Третьякова // Юрислингвистика. – Барнаул : АлтУ, 2010. – № 10. – С. 141-149.
10. Третьякова, В. С. Речевой конфликт и гармонизация общения: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01 / В. С. Третьякова. – Екатеринбург, 2003. – 301 с.
11. Шумарина, М. Р. «Наивная лингвистика» и «любительская лингвистика» в системе человеческого знания о языке / М. Р. Шумарина // 80 лет Балашовскому институту Саратовского университета: сб. науч. ст. преподавателей Балашовского института Саратовского университета, посвященный юбилею института / под ред. С. А. Ляшко. – Саратов: СГУ, 2013. – С.177-197.

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

**УДК 811**

#### **ГРАФИЧЕСКИЕ И ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРАГМАТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ЗАГОЛОВКОВ ВИДЕОРОЛИКОВ САЙТА YOUTUBE**

*Литвинова А. Е.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[naslit12@gmail.com](mailto:naslit12@gmail.com)

В данной статье рассматриваются заголовки англоязычных видеороликов сайта YouTube с целью выявления языковых особенностей, которые несут в себе прагматический

потенциал и привлекают зрителей. В первую очередь, дается определение самого видеостринга. Затем, изучается термин «прагматика», его происхождение, определение и проявление в языке. Поскольку объектом исследования являются названия видеороликов, рассматривается такая функция текста, как эмоциональное воздействие, побуждение читателя к действию. Актуальность работы обуславливается тем, что анализируемые заголовки взяты с сайта YouTube, который является крайне новым и малоизученным научным явлением в современном мире. Очень многое в интернет пространстве остается еще не изученным специалистами, в том числе и жанры видеороликов вышеупомянутого сайта. В статье выделяется один из жанров, который носит название «влог» (образованно от видео+блог), рассматривается он по той причине, что одними из взятых примеров являются заголовки видео именно этого жанра. Проводится анализ названий влогов, и делается вывод, что зрители любят общие, знакомые всем темы, которые и представлены как в заглавии видео, так и в его содержании. В добавление, блогеры используют шрифт верхнего регистра, чтобы выделить свой ролик среди других. Второй пример иллюстрирует грамматическую форму глагола герундий и графический способ написания каждого нового слова с заглавной буквы, как способы реализации прагматического потенциала названий роликов. Делается вывод, что больший прагматический потенциал имеют графические языковые единицы, и только потом лексические.

**Ключевые слова:** прагматика, графические особенности, лексические особенности, заголовки, видеоролики, блогеры, youtube.

## **GRAPHIC AND LEXICAL FEATURES OF THE REALIZATION OF THE PRAGMATIC POTENTIAL IN HEADINGS OF YOUTUBE VIDEOS**

*Litvinova A. E.*

Kemerovo State University

This article deals with the titles of English-language videos on YouTube to identify language features that carry pragmatic potential and attract viewers. First of all, the definition of video hosting itself is given. Then, the term “pragmatics” is studied, its origin, definition and manifestation in the language. Since the subject of the research is the headlines of the videos, such a function of the text as an emotional effect that encourages the reader to act is considered. The relevance of the work is due to the fact that the analyzed headings are taken from the YouTube site, which is an extremely new and poorly studied scientific phenomenon in the modern world. Much of the Internet space has not yet been studied by specialists, including the video genres of the aforementioned site. The article highlights one of the genres called "vlog" (formed from a video + blog), for the reason that one of the examples taken is the heading of a video of this particular genre. An analysis of the names of vlogs is carried out, and the conclusion is made that viewers love common topics that are familiar to everyone, which are presented both in the title of the video and in its content. In addition, bloggers use an uppercase font to highlight their video among others. The second example illustrates the grammatical form of the verb gerund and the graphical method of writing each new word with a capital letter, as ways to realize the pragmatic potential of the names of the clips. It is concluded that graphic linguistic units have greater pragmatic potential, and only then lexical ones.

**Keywords:** pragmatics, graphic features, lexical features, headlines, videos, bloggers, youtube.

YouTube – это современная интернет-платформа, которая предоставляет пользователям услуги хранения и просмотра видеороликов в сети интернет. Загрузить видеоролик может любой человек, который имеет доступ в сеть и аккаунт на вышеуказанном сайте, однако, с начала 2010-х активно развивается деятельность блогеров, которые публикуют ролики различного характера для большой аудитории. Чтобы люди кликнули именно на их видео, выбрав его среди множества тысяч роликов, они используют громкие и провокационные заголовки. Поскольку значимой функцией заголовка является привлечение внимания

аудитории, в данном исследовании рассматривается прагматический потенциал названий видеороликов и особенности его языковой реализации.

Термин «прагматика» (от древнегреч. «дельный», «действие, «делать»)), впервые введенный Чарльзом Морисом в 30-х годах XX века описывал языковой знак в аспекте отношений между отправителем и получателем сообщения. Данный подход позволил рассматривать текст с точки зрения его коммуникативной направленности, то есть, возможности привлечения внимания аудитории и воздействия на нее. Исходя из этого, можно утверждать, что любой текст, в том числе и заголовки видеороликов, обладают «способностью производить определённый коммуникативный эффект, осуществлять прагматическое воздействие на получателя информации» [2, с. 209], т. е. прагматическим потенциалом. В словаре лингвистических терминов О.С. Ахманова дает следующее определение вышеупомянутому термину. «Прагматика – это один из планов или аспектов исследования языка, выделяющий и исследующий единицы языка в их отношении к тому лицу или лицам, которые пользуются языком». [1, с. 571] Таким образом, под «прагматикой» мы понимаем языковые единицы и их сочетания, которые апеллируют к читателю, провоцируя у него эмоциональный отклик.

Основной единицей коммуникации является текст, который организуется с целью достижения максимального воздействия на реципиента. Цель такого текста «не только передать содержание, разъяснить его, но и побудить к определенным чувствам, поступкам, воздействовать на волю и чувства, убедить» [3, с. 34] Так как в нашей работе мы опираемся на заголовки популярных британских блогеров, мы изучим, к каким лексическим и графическим единицам английского языка они прибегают, для того, чтобы их заголовки апеллировали к обычному зрителю, пробуждали в них эмоции и желание посмотреть это видео.

Нужно отметить, что заголовки роликов сайта YouTube – это крайне малоизученное с лингвистической точки зрения явление, что обуславливает актуальность исследования.

В качестве первой особенности заголовков сайта YouTube можно отметить их крайнюю узнаваемость и повседневную жизненность. Одним из самых популярных форматов видео данного сайта являются влоги (прим. видео+блог), во время которых люди фиксируют на камеру произошедшие с ними события за день, неделю, месяц или какой-либо другой отрезок времени. Спрос на такие видео высок т.к. зрители любят чувствовать себя причастными к жизни людей, которые их интересуют. Например, блогер Zoe Sugg известна своими развлекательными влогами, которые носят следующие названия: «*BIG HAIR CHANGE, PHOTOSHOOT & AUTUMN SHOPPING*» [4], «*HUGE WARDROBE CLEAROUT*» [2]. Первое, что бросится в глаза, это **повседневность тем**, таких как смена прически, поход по магазинам, уборка – все они вызывают огромный эмоциональный отклик у зрителей, проявляется социально-психологическая функция общения – отождествление себя с группой. Люди чувствуют, что не одиноки даже в повседневных делах, и это заставляет их кликнуть на видео. Вторая вещь, которую невозможно не заметить, это использование **шрифта верхнего регистра**. Это объясняется тем, что названия, написанные подобным образом, будут существенно выделяться на фоне остальных. Верхний регистр нужен для зрительного привлечения внимания.

Следующей особенностью заголовков сайта YouTube является высокая частотность употребления глаголов в форме **герундия**. Популярный британец с псевдонимом AmazingPhil ведет блог о своей жизни, его слоган «try new things» задает тему для всего его контента. Названия видео звучат следующим образом «*Trying To Follow A Bob Ross Tutorial!*» [3], «*Doing Things My Parents Never Let Me Do As A Kid*» [1], «*Buying Weird Stuff On Fiverr*» [5]. Подобная форма глагола привлекает интерес зрителя тем, что сразу же из названия ему становится понятно, что конкретно будет происходить в видео. Глагольная форма сообщает реципиенту об активном действии человека в ролике, что воспринимается подсознанием таким образом, что человек точно не заскучает, просматривая его. Другой заметной особенностью вышеуказанных названий является **написание каждого нового**

**слова с заглавной буквы.** Этот графический способ выделения текста можно также отнести к функции привлечения зрительного внимания.

Таким образом, проанализировав некоторые названия заголовков видеороликов сайта YouTube, мы можем сделать вывод, что их прагматический потенциал в первую очередь реализуется графически, тем самым притягивая взгляд реципиента, и только затем лексически и тематически, завлекая читателя своим содержанием.

### **Литература и источники**

1. Ахманова, О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. - 2-е изд., стер. - М.: УРСС: Едиториал УРСС, 2004. - 571 с.
2. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). М.: Высшая школа, 1990. - 209 с.
3. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе: Некоторые особенности языка современной газетной публицистики. М., 1971. - 34 с.
4. <https://www.youtube.com/watch?v=5MOTLOXBzwo&t=2s> (дата обращения 01.04.2021)
5. <https://www.youtube.com/watch?v=7KHhcDnewyg> (дата обращения 01.04.2021)
6. <https://www.youtube.com/watch?v=DxzkLmpTKBo> (дата обращения 01.04.2021)
7. <https://www.youtube.com/watch?v=etYKm2Qefe8> (дата обращения 01.04.2021)
8. <https://www.youtube.com/watch?v=iioFWPgvCuE> (дата обращения 01.04.2021)

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Старцева Т.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

**УДК 81**

## **ИССЛЕДОВАНИЕ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕМ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА В АСПЕКТЕ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ**

*Марченко В.С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[valentnessa@gmail.ru](mailto:valentnessa@gmail.ru)

Возникновение сети Интернет во второй половине XXI века и создание компьютерных технологий обусловили рост межкультурных связей посредством компьютерного носителя в виртуальной реальности. В процессе коммуницирования явно проявляются языковые особенности, характерные для определенной лингвокультуры, раскодировать которые возможно только обладая специальными фоновыми знаниями, то есть экстралингвистическими. Необходимо обладать тезаурусом, который включает в себя культурно-историческую, ценностную, политическую, экономическую и территориально-географическую информацию о народе, с представителем которого установлен контакт. Лингвокультурологические особенности миропонимания окружающей нас реальности находят свое отражение в системе образов, которые отражаются в национальной повседневной культуре и зафиксированы в языковой системе каждого народа. В данной статье рассмотрены языковые формы, отражающие культурную специфику китайской нации на материале нескольких постов на языке оригинала из китайской социальной сети ВиЧат. Гипотеза данного научного исследования заключается в том, что лексикализованные в языке культурные сведения нации находят свое отражение не только на уровне художественного и публицистического жанра литературного языка, а также на уровне повседневного бытового общения в глобальной сети Интернет.

**Ключевые слова:** лингвокультурология, интернет-дискурс, языковая форма, межкультурный контакт, экстралингвистическое знание

## LINGUISTIC RESEARCH OF THE CHINESE LANGUAGE IN TERMS OF INTERNET COMMUNICATION

*Marchenko V. S.*

Kemerovo State University

The emergence of the Internet in the second half of the 21st century and the creation of computer technologies led to the growth of cross-cultural communication using a computer media in virtual reality. During this kind of communication, linguistic features characteristic of a certain linguistic culture are clearly manifest, which can only be decoded with special background knowledge, that is, extralinguistic. It is necessary to have a thesaurus, which includes cultural-historical, value, political, economic and territorial-geographical information about the nation in order to establish communication. The linguistic and cultural features of the world outlook of the reality around are reflected in the system of images that are reflected in the national everyday culture and are fixed in the linguistic system of each nation. This article examines the linguistic forms that reflect the cultural specificity of the Chinese nation based on the material of several posts in the original language from the Chinese social network WeChat. The hypothesis of this scientific research is that the cultural information of the nation lexicalized in the language is reflected not only at the level of the artistic and journalistic genre of the literary language, but also at the level of everyday domestic communication via the global Internet.

**Keywords:** cultural linguistics, Internet discourse, language form, cross-cultural communication, extralinguistic knowledge

В эпоху развития информационных технологий появляется все больше каналов для хранения, передачи и обмена информацией, а также возникает абсолютно новая языковая и культурная среда, то есть новая лингвистическая реальность[1]. В связи с большими масштабами межкультурного контакта, протекающего в сети Интернет более актуальной стала тема взаимодействия и взаимопонимания культур. В процессе коммуницирования оппоненты «внедряют» культурную информацию, которая может быть неправильно понята собеседником, это происходит из-за разного понимания языковой формы. В каждой языковой системе содержатся единицы, идентифицировать которые можно только обладая специальными экстралингвистическими знаниями, то есть тезаурусом, необходимым для полного восприятия смысла языковой формы. Под экстралингвистическими знаниями нами понимается некая кодифицированная в языке информация, обладающая культурно-историческим смыслом. Культура оставила след в языке, который со временем лексикализовался и стал употребляться в речевой практике говорящих.

Проблемой соприкосновения таких двух знаковых систем как язык и культура занимается относительно молодая, но стремительно развивающаяся наука-лингвокультурология, образовавшаяся в 90-е годы на стыке двух дисциплин: культурологии и лингвистики. Она занимается дриадой «язык-культура». Считается, что каждый человек тем или иным образом погружен в культуру при помощи знаковой системы, а именно языковая система является истинным хранителем культуры того или иного народа.

Как утверждал немецкий филолог В. Фон Гумбольдт, разные языки – это отнюдь не различные обозначения одной и той же вещи, а различные видения ее...в каждом языке заложенное самобытное мирозерцание [2, 284].

То есть, лингвокультурология-это наука, занимающаяся изучением того, как культурные смыслы отразились в языке, как они «рассеялись» в нем, а именно способы лексикализации культурных ценностей в языковой системе. Ведь, исходя из взаимосвязи и взаимозависимости языка и культуры, язык является мощным фактором воздействия на национальное сознание и становление языковой картины мира.

Тем самым лексикализованные единицы культуры получили название лингвокультурологические единицы, или лингвокультуремы, которые и являются носителями исторической и культурной информации. Такими единицами представляются любые единицы языка, получившие символическое значение и несущие в себе культурную значимость, в качестве которых могут выступать фразеологизмы, пословицы, поговорки, метафоры и т.п.

В рамках данного исследования была подтверждена гипотеза, что лингвокультурологические единицы, отражающие частички языкового сознания китайской лингвокультуры проявляются в полной мере в повседневной жизни в рамках интернет-коммуникации, отличающейся своей динамичностью и совершенно новым речевым жанром общения-гибридом устной и письменной речи.

Для подтверждения гипотезы исследования было взято несколько постов на языке оригинала из китайской социальной сети Вичат, был проведен анализ текстов на выявление значимых, с точки зрения лингвокультурологии, лексем.

Смысловые символические единицы отражают менталитет народа в целом, сквозь них ярко просачиваются культурно-ценностные ориентиры нации. Например, в предложении «**怀孕母象被人类投喂炸弹惨死，全球艺术家哭着为她作画：你唯一的错误，就是相信了人类!**» (**Беременная слониха была убита петардой, которой накормили ее люди, и художники по всему миру, плача, рисовали посты с надписью: наша единственная ошибка - это вера в человечество!**) такой смысловой нагрузкой обладает лексема (相信), имеющая значение «вера, верить». Проанализировав семантическую наполненность этой лексемы и установив ее коннотативные связи, можно обнаружить такую культурную черту китайской нации как вера. Вера в сознании китайского народа отражается в двух смыслах: 1) вера-то есть религия; 2) вера в человека, или в себя. Дело в том, что религия пришла в Китай в период династии Хань (207-220 гг. до н.э.) и крепко обосновалась там, и вера закрепилась в сознании китайского народа, как уже устоявшаяся и обязательная черта каждого человека.

В следующем абзаце поста говорится о том, что люди намеренно накормили слониху фруктом с петардой, и когда она съела данный «подарок», как называет это автор, у нее во рту произошел взрыв, сопровождающийся ужасной болью. «**不怀好意的村民，早就在菠萝里塞满了炸药，吃下菠萝的母象，口部瞬间被炸裂，甚至还波及食道**». Здесь можно встретить интересный элемент «чэньюй» (成语-идиома), значение которого «вынашивать плохие намерения, иметь злобный замысел» - «不怀好意». Разобрав данную идиому по частям, можно увидеть, что первая часть имеет значение «плохой, нехороший», а вторая же часть «好意» означает доброту и хорошее намерение. Данная идиома, очень часто встречается в других словосочетаниях, например, недобрый взгляд- «不怀好意的眼光», **недоброжелательное отношение** – «不怀好意的态度». И связано это с тем, что для китайца всегда очень важно быть добрым, порядочным, вежливым, а также помогать другим. Быть злым, делать что-то с плохими намерениями, не приветствуется в обществе. Ведь все это идет еще со времен Конфуция, который для сохранения нравственных традиций и ценностей создал учение, которое называется конфуцианство, одним из элементов учения было Ли, то есть принцип взаимного уважения и почтения, также это означало порядочность, вежливость, все люди равны и высоконравственны и ведут себя подобающее. Данный принцип конфуцианства находит свое место в большинстве устойчивых словосочетаний китайского языка.

В посте, имеющем название «**5分钟视频看哭千万「就地过年」人：回不了家，也别忘给心上人打个电话**» («**Посмотрите 5-минутный ролик про людей, отмечающих Новый год не дома, который заставит вас заплакать: если нет возможности вернуться домой на праздники, не забудьте хотя бы позвонить своим дорогим людям**») речь идет о ситуации в условиях пандемии, когда у людей нет возможности вернуться в родные края,

чтобы отпраздновать самый главный праздник для китайского народа «Праздник весны». В тексте содержится большое количество языковых средств, являющихся ценными в рамках данного исследования в аспекте лингвокультурологии. Поскольку язык и культура являются неразрывными понятиями, двумя феноменами, которые испокон веков оказывают огромное влияние друг на друга, лексические единицы каждого языка содержат в себе культурно-исторические особенности народа, говорящего на нем. Г.О. Винокур считал, что история развития и возникновения языка это и есть культурно-историческая наука[3]. В предложении «或许坐在家里看电视，享受着轻松的团聚时刻？或许和朋友们打牌、侃大山？亦或许正在赶回家的路上» («Возможно сидите дома за просмотром телевизора, наслаждаетесь времяпрепровождением с родными? Или игрой в маджонг с друзьями, болтовней? Или как раз сейчас на пути домой?») встречается следующее языковое средство, являющееся диалектным 侃大山 (kan dashan), что в переводе на русский язык имеет значение «болтать, трепаться, сплетничать, лясы точить». Если разобрать данную идиому по составу, то можно обнаружить культурно-ценностные особенности, нашедшие свое отражение в данном языковом явлении. Лексема 大山 (dashan) является сценическим именем очень популярного в Китае канадского комедианта Марка Росвелла, который покорила Китай в 1965 году и был постоянным гостем на китайском телевидении. ДаШань входит в список влиятельных иностранцев в Китае. Исходя из данных исторических событий со временем появляется данная идиома.

Таким образом, символически значимые единицы языка, передающие культурно-ценностную информацию встречаются не только в рамках художественного и публицистического стиля, но и на бытовом, повседневном уровне в условиях сетевой коммуникации между представителями разных культур. Данные единицы языка, отражающие менталитет и самобытность нации, реализуются в полной мере при компьютерно-опосредованном общении.

### Литература и источники

1. Новикова, Л. А. О некоторых лингвокультурологических особенностях межкультурной Интернет-коммуникации / Л. А. Новикова // Вестник ОмЮА. – 2011. – №15. – С. 88-90.
2. Гумбольдт В. фон. Язык и философия культуры. М.: Прогресс, 1985.
3. Винокур Г.О. Избранные работы по русскому языку. - М., 1959. - С. 207-226
4. Золотарева С.А. Логоэпистема соприкосновение двух знаковых систем: языка и культуры [Электронный ресурс] <https://cyberleninka.ru/article/n/logoepistema-soprikosnovenie-dvuh-znakovyh-sistem-yazyka-i-kultury>
5. Попова Т.Г. Экстралингвистические знания как компонент речевой коммуникации [Электронный ресурс] <https://cyberleninka.ru/article/n/ekstralingvisticheskie-znaniya-kak-komponent-rechevoy-kommunikatsii/viewer>
6. Мо П. Ченьюи китайского языка и культура Китая. Цзянсу, 2001
7. Сердюк Ю.О. Менталитет китайцев <http://national-mentalities.ru/>
8. Он-иностранец, но не чужой: история Дашаня <https://russian.dbw.cn/system/2009/08/27/000156384.shtml>
9. БКРС – Большой китайско-русский словарь [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.bkrs.info/> (дата обращения: 02.04.2021).

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

**ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ВЕДЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ  
В СФЕРЕ КОСМИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ  
(НА МАТЕРИАЛЕ НОВОСТНЫХ СТАТЕЙ СЕТИ ИНТЕРНЕТ)**

*Петрачкова О.Ю.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[petrachkova1999@mail.ru](mailto:petrachkova1999@mail.ru)

Данная работа посвящена рассмотрению языковых особенностей ведения информационной войны. В качестве материала исследования были взяты новостные статьи, содержащие информацию о деятельности компаний, которые занимаются разработками в сфере космических технологий. Термин «информационная война» возник в 70-х годах XX века. Изначально он применялся исключительно в военной сфере, но затем стал употребляться и в других областях. Сейчас же данное понятие у многих ассоциируется с деятельностью СМИ, которые используют различные методы воздействия на читателей для достижения конкретных целей. В ходе работы рассматриваются такие методы манипуляции как преобладание негативной информации и отвлечение внимания. В первом случае информация преподносится в негативном свете для того, чтобы читательская аудитория воспринимала её как норму и не обращала внимания на действительно плохие события. Во втором же случае происходит намеренное отвлечение внимания читателей от каких-то одних событий путем сообщения информации о других событиях, которые, возможно, не имеют ничего общего с теми, что представлены в новостной статье. Такие способы изложения материала помогают СМИ достичь определенного эффекта и вызвать у аудитории негативные или же, наоборот, положительные эмоции. Не привлекая к себе внимания, они управляют мнением большинства людей и формируют у них нужные взгляды на те или иные события, которые происходят в современном мире.

**Ключевые слова:** информационная война, СМИ, новости, космические технологии, методы воздействия, языковые особенности.

**LANGUAGE PECULIARITIES OF INFORMATION WARFARE  
IN THE SPACE TECHNOLOGY SPHERE  
(BASED ON THE EXAMPLES OF NEWS ARTICLES FROM THE INTERNET)**

*Petrachkova O. Y.*

Kemerovo State University

Department of Romance-Germanic Philology

[petrachkova1999@mail.ru](mailto:petrachkova1999@mail.ru)

This work considers the language peculiarities of modern information warfare. The research material includes news articles containing information about the activities of companies that are engaged in development of space technologies. The term "information warfare" appeared not so long ago – in the 70s of the last century. Initially, it was used only in the military sphere, but then it started to appear in other areas. At the present time, many people associate this notion with the work of mass media, which use various methods to influence readers to achieve specific goals. In the course of this work, we consider such methods of manipulation as predominance of negative information and distraction. In the first case, the information is shown in a bad light so that the readership perceives it as a norm and does not pay attention to worse events. The second case means that there is a deliberate distraction of readers' attention from some events by reporting information about other events that may have nothing to do with those presented in the news article. Such methods of presenting the material help mass media to achieve a certain effect and cause the audience to have negative or, on the contrary, positive emotions. Without attracting

attention to themselves, they control the opinion of the majority and form necessary viewpoints on certain events that take place in the modern world.

**Key words:** information warfare, mass media, news, space technologies, methods of influence, language peculiarities.

В данной работе идет речь о таком явлении как «информационная война». В современном мире термин «информационная война» является сложным и многогранным, поэтому на сегодняшний день он изучается в рамках целого ряда наук, которые предлагают его различные трактовки.

Возникнув в середине 70-х годов прошлого века в США в военной сфере, информационная война подразумевала осуществление действий, необходимых для достижения информационного превосходства путем нанесения ущерба вражеской информации для обеспечения защиты собственной [1]. Но в рамках психологических теорий под информационной войной подразумевается намеренное воздействие информации на сознание людей с целью формирования у них определенных взглядов. Такое воздействие, в большинстве случаев, осуществляется при помощи СМИ [2].

Работа рассматривает некоторые методы ведения информационной войны и выделяет их языковые особенности.

**Актуальность** работы обуславливается тем, что информационная война – это интересное для изучения явление. Ведь не просто так существует огромное количество исследований, посвященных ей. Кроме того, с развитием Интернета и социальных сетей она видоизменилась и приобрела новые особенности, и теперь носит глобальный характер.

Материалом работы послужили новостные статьи, взятые в сети Интернет, в частности с сайтов *theverge.com* и *independent.co.uk*, в которых идет речь о работе такой космической компании как Space X, которая занимается разработками в сфере космических технологий.

На данный момент Space X является одной из самых известных и популярных частных компаний, которая осуществляет космические запуски и тестирование ракет. Поэтому неудивительно, что её деятельность широко освещается в Интернете.

Сегодня СМИ используют множество способов ведения информационной войны, рассмотрим некоторые из них.

*Преобладание негативной информации.* Данный метод очень распространен. Он означает, что всё внимание концентрируется на плохих событиях [3]. Это можно объяснить тем, что СМИ выгодно представлять информацию в таком свете: ведь новости, в которых фигурирует информация о каких-то негативных или скандальных событиях, получают большую огласку, чем новости о чем-то хорошем.

Статья была взята с сайта *theverge.com*. 30 мая 2020 года было проведено испытание двигателей четвертого прототипа космического корабля Starship [4]. Но в ходе проверки один из двигателей взорвался из-за утечки топлива. Это произошло после брифинга об успешном запуске корабля Crew Dragon. Несмотря на это СМИ представили данное испытание в негативном свете с целью вызвать отрицательные эмоции у читателей. Для этого используются следующие языковые средства: во-первых, для привлечения внимания используется яркий подзаголовок «Another starship bites the dust», который отражает эмоциональное отношение автора к данному событию и выражает его желание придать высказыванию экспрессивную форму. Можно заметить, как автор кратко, опуская лишние подробности, рассказывает об этой аварии, при этом используя слова с отрицательной коннотацией: например, *exploded*, *ignited*, *fireball engulfed*, и др. Таким образом он эмоционально воздействует на читателей и косвенно дает свою отрицательную оценку данному событию. В определенной степени наличие сложных распространенных предложений способствует усилению данного эффекта. Автор намеренно концентрирует внимание не только на этой неудачной попытке, но и на предыдущих, тем самым добиваясь изначально поставленной цели.

Рассмотрим другой метод под названием «отвлечение внимания» на примере статьи, которая была взята с сайта *independent.co.uk*.

Речь идет всё ещё о работе компании Space X: 19 января 2020 года было проведено испытание аварийного отделения корабля Crew Dragon от ракеты-носителя Falcon 9, который затем был намеренно взорван [5]. Данное тестирование было финальным, после этого корабль можно будет использовать для полетов на МКС.

В отличие от первого примера в данном случае автор не пытается выставить событие в дурном свете. Но тем не менее, громкий заголовок моментально привлекает к себе внимание: «SpaceX rocket explodes mid-flight in astronaut abort test». Здесь в основном используется нейтральная лексика, но есть и слова с различной эмоциональной окраской, которые вызывают смешанные чувства у читателей. Автор никак не выражает свою оценку, лишь сообщает информацию. В статье говорится о важности испытания для будущего компании, потому что «Crew Dragon является одним из самых безопасных кораблей на данный момент. Как видно, основная цель данного метода выполнена: отвлечь внимание от ряда неудач, произошедших ранее (отмена испытания из-за погодных условий и неудавшаяся предыдущая миссия). В данном случае, внимание сконцентрировано на успехе испытания.

Проведенный анализ материала позволяет сделать определенные выводы: используя различные методы ведения информационной войны, СМИ намеренно выставляют некоторые события таким образом, чтобы получить некий эмоциональный отклик (чаще всего негативный). Сами же компании часто делают акцент только на выгодной им информации, чтобы поддерживать свою репутацию. Все языковые средства в данном случае можно разделить на: лексические, синтаксические и стилистические.

#### **Литература и источники**

1. Блэк С. Паблик рилейшнз. Что это такое? М.: Наука, 2007. - 256 с.
2. Волкогонов Д. А. Психологическая война. М., 1984. - 320 с.
3. Могилевская Г.И. Информационная война в социальных сетях // Молодой ученый. 2015. № 15. С. 650-654.
4. <https://www.theverge.com/2020/5/29/21274931/spacex-starship-prototype-rocket-explosion-static-fire-test> (дата обращения 09.04.2021)
5. <https://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/news/spacex-rocket-launch-explosion-nasa-a9289291.html> (дата обращения 09.04.2021)

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Старцева Т.В. ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

**УДК 81'42**

### **РЕЧЕВАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ТВИТТЕР»**

**Попова Д. М.**

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[daria.popova.99@list.ru](mailto:daria.popova.99@list.ru)

Данная работа посвящена выявлению особенностей интернет-пространства как коммуникационной среды, рассмотрению речевых характеристик и изучению речевого поведения участника интернет-коммуникации. Актуальность данной работы определяется

578

необходимостью изучения речевого поведения участника интернет-коммуникации. Такого рода исследование позволяет увидеть особенности речи пользователей социальных сетей, его мотивы, коммуникативные цели, особенности реализации его коммуникативных потребностей. Объектом исследования является контент социальной сети «Твиттер». Цель статьи: выявить речевые особенности пользователей в социальной сети «Твиттер» и мотивы написания твитов. Материалом данной для анализа речевых особенностей авторов выступают тексты, извлеченные из публикаций пользователей в социальной сети «Твиттер». Основным методом предлагаемой работы является метод лингвистического описания с его приемами наблюдения, анализа и синтеза. Работа выполнена в коммуникативном и лингвоперсонологическом аспектах.

**Ключевые слова:** интернет-коммуникация, социальные сети, речевой портрет, языковая личность, Твиттер, твиты, пользователь.

## THE SPEECH CHARACTERISTIC OF THE USER IN THE SOCIAL NETWORK «ТВИТТЕР»

Popova. D. M.

Kemerovo State University

This work is devoted to identifying the features of the Internet space as a communication medium, considering speech characteristics and studying the speech behavior of a participant in Internet communication. The relevance of this work is determined by the need to study the speech behavior of a participant in Internet communication. This kind of research allows you to see the features of the speech of users of social networks, his motives, communicative goals, the peculiarities of the implementation of his communicative needs. The object of the research is the content of the social network "Twitter". Purpose of the article: To reveal the speech characteristics of users in the social network "Twitter" and the motives for writing tweets. The material given for the analysis of the speech characteristics of the authors is the texts extracted from the publications of users in the social network "Twitter". Work is executed in communicative and lingvopersonological aspects.

**Keywords:** the Internet-communications, social networks, a speech portrait, the language person, Twetter, tweets, the user.

Современный коммуникативный процесс реализуется в разных форматах, в том числе коммуникация в пространстве Интернета, которая является объектом рассмотрения современных научных разработок [1]. Изучению интернет-коммуникации в различных аспектах посвящены исследования А. А. Барковича [2], О. Н. Морозовой [3], Н. Д. Голева, Л. Г. Ким [4] и других современных лингвистов.

Под интернет-коммуникацией понимают «опосредованное компьютером общение двух или более лиц, характеризующееся невидимостью коммуникантов, письменной формой посылаемых сообщений, возможностью незамедлительной обратной связи, а также взаимодействием или обменом электронными сообщениями» [5, с. 87]. Язык пользователей социальных сетей имеет определенную специфику. Материал социальных сетей, в отличие от любых других интернет-ресурсов, дает уникальную возможность составить обобщенный речевой портрет пользователя Интернета в России [6].

«Речевой портрет – это воплощенная в речи языковая личность» [7, с. 59–60], а проблема речевого портрета является частным направлением исследования языковой личности. С помощью речевого портрета фиксируется речевое поведение, которое «автоматизируется в случае типичной повторяющейся ситуации общения» [5, с. 87]. Автором отмечается, что, как и языковая личность, речевой портрет бывает индивидуальным и коллективным. В центре внимания индивидуального речевого портрета находится индивидуальный стиль, отражающий особенности конкретной языковой личности.

Существует несколько способов описания речевого портрета, каждый из которых включает в себя рассмотрение нескольких языковых уровней, особенности речевого поведения, лингвокультурологические особенности и метаязыковую рефлексию. Анализ речевого портрета представляет собой характеристику разных уровней реализации языковой личности. Одним из способов описания речевого портрета является фиксация наиболее ярких языковых элементов; основополагающей является характеристика языковых особенностей и особенностей речевого поведения.

**Материалом** исследования выступают тексты, извлеченные из твитов пользователей в социальной сети «Твиттер». Общий объем исследуемого материала составляет 12 твитов.

В своей книге Т. О'Рейли определяет Твиттер как интернет-сайт, представляющий собой систему микроблогов. Микроблог – это обычный блог («виртуальный дневник»).

В Твиттере можно выделить несколько основных дидактических свойств этой системы:

- высокая степень интерактивности ресурса (необходимо «постоянно» быть в Твиттере);
- лаконичность (ограничение длины сообщения-твита);
- четкая направленность на адресата, служащая для постоянного овладения его вниманием с использованием символа «@»;
- линейность (сообщения располагаются в хронологическом порядке одно под другим);
- контекстность (англ.: “coherence”), т. е. сфокусированность на определенных тематических рубриках, выбираемых пользователями;
- высокая степень информативности ресурса (возможность получать информацию различного рода и из различных источников);
- гипертекстовая структура [8].

В основном, Твиттер – это благоприятная среда для персональных блогеров, которые занимаются донесением до аудитории своих личных чувств, переживаний, эмоций, обстоятельств жизни. Некоторые из них сосредотачиваются на особом интересе, таком как хобби. Многие одержимы страстью и увлечением, например, политикой. Часть сосредоточатся на причине, такой как их борьба с раком. Отдельные пользователи Твиттера спонтанны и изливают, что у них на уме и на сердце, когда начинают создавать новый твит [9]. Также Твиттер используется деловыми блогерами. Бизнес-блогеры — это те, кто ведет блог для бизнеса. В основном, в Твиттере пишут о своих чувствах, переживаниях, событиях жизни, фактах о себе в шуточной, иронической или провокационной формах. Есть пользователи в тви-аккаунтах, которых публикуют твиты уничижительного, саркастического характера, с целью оскорбить определенного пользователя.

Целью любой сети является взаимодействие между ее членами, налаживание связей и отношений. Это в полной мере касается и Твиттера. Пользователи стараются вовлечь своих читателей в дискуссию, задать им неоднозначный или интригующий вопрос, на который нужно не просто ответить утвердительно или отрицательно, а оставить развернутое сообщение. С целью привлечь внимание аудитории, они могут задавать провокационные вопросы, находясь при этом в рамках приличного.

При выявлении речевых характеристик пользователей социальной сети «Твиттер» отмечаем, что представленный речевой портрет довольно гетерогенный. В Твиттере так же, как и во многих других социальных сетях, пользователей можно разделить на активных и пассивных. Активные пользователи регулярно (от одной записи в день до множества раз в день) публикуют записи в своем аккаунте. Пассивные же пользователи Твиттера публикуют свои твиты слишком редко (от одного раза в месяц до одного раза в год) или вовсе не публикующих записи. Пассивные пользователи, которые не публикуются, обычно занимаются тем, что следят за активными пользователями, на которых они подписаны, читают все, что они публикуют и никогда не ретвитят их.

При анализе речевого поведения пользователя Твиттера мы используем материалы с аккаунтов активных пользователей. Для исследования речевого портрета пользователя Твиттера выбраны 10 активных пользователей.

Рассмотрим записи пользователя с никнеймом «гучифлипфлаповская»:

- *максимально не хочется на работу;*
- *когда поступала, да и на курсе 1-2 так прям горела идеей работать в туристической индустрии, а теперь не тянет вообще возможно потом захочется и диплом пригодится, но пока на ближайшее будущее совсем другие планы;*
- *наконец-то теперь есть на чем рыбку соленую разделить можно (прилагается фото сертификата о пройденном обучении);*
- *я ягодка, но когда встаю в 5:30- я ягодка-ележивика;*
- *весна началась, а по прогнозам одни снегопады практически как же задрал этот снег, боже мой, пробок просто дофига;*
- *официально заявляю, что теперь хочу змею;*
- *я в принципе добрая и неконфликтная, но заметила за собой, что могу быть очень токсичной по некоторым людям и ситуация такая 50/50, полутоксик;*
- *ненавижу болеть господи;*
- *не успела получить диплом, но уже внесла предоплату на другое обучение;*
- *тебе надо краситься?*
- *нет, зачем?*
- *ну в магазин сходить*
- *не буду*
- *нам тогда хлеб бесплатно дадут, как малоимущим;*
- *кажется, грядет революция;*
- *слишком несправедливый мир.*

Соблюдение языковых норм. В конце всех предложений данного пользователя отсутствуют знаки препинания. Причем их отсутствие не означает, что автор безграмотный. Дело в том, что мире мессенджеров и социальных сетей знаки препинания в конце сообщения обычно не ставят, такой маркер больше не подходит интернету. Это негласное правило, так как точка или восклицательный знак чаще всего воспринимается агрессивно и грубо. Исключениями являются вопросительные предложения. Также отсутствуют запятые, обособляющие вводные слова «возможно» и «господи». Отсутствует запятая перед глаголом «есть». А также отсутствует знак препинания, разделяющий 2 грамматические основы. В остальном языковые нормы соблюдены, орфографических ошибок не выявлено.

Данный пользователь твитит посты бытового содержания. В основном она сообщает своей аудитории о своих насущных проблемах, переживаниях, изливает эмоции по каждому поводу. Присутствует множество шуточных постов, дабы рассмешить, вызвать положительные эмоции от собственных публикаций у своей аудитории. А также в Твиттере этого пользователя есть твиты, в которых она выражает свое мнение по поводу текущей политической ситуации. Данный пользователь публикует свои твиты практически каждый час. Темы ее твитов всегда одни и те же: бытовые проблемы, эмоции, получаемые от каждой ситуации, происходящей в собственной жизни. Цель твитов – казаться для своей аудитории читателей самым открытым и честным человеком. Если изучить все публикации этого пользователя, можно узнать многое о ней как о настоящем, живом человеке, о том, что ей нравится, чего она не приемлет в своей жизни, что вызывает у нее различные эмоции, чем она занимается, где учится и кем работает. Это абсолютно открытый человек, не испытывающий стеснения, страха перед людьми и общением.

Таким образом, анализ публикаций в социальной сети позволяет создать речевой портрет участника интернет-коммуникации, отражающий основные характеристики его языковой личности, выявить основные мотивы и цели написания таких постов.

### **Литература и источники**

1. Галичкина, Е.Н. Характеристика компьютерного дискурса / Е. Н. Галичкина // Вестник Оренбургского государственного университета. 2004. - № 10. – с. 55 – 59.

2. Баркович, А. А. Интернет-дискурс. Компьютерно-опосредованная коммуникация / А. А. Баркович. – М.: Флинта, 2015. – 288 с.
3. Морозова, О. Н. Особенности интернет-коммуникации: определение и свойства / О. Н. Морозова // Вестник Ленинградского гос. ун-та им. А.С. Пушкина. – 2010. –Т. 1, № 5. – С. 150-157.
4. Голев, Н. Д., Ким, Л. Г. Обыденные политические интернет-комментарии как проявление вариативности интерпретации (оппозиции «эксплицитное – имплицитное», «проявленное – ожидаемое») / Н. Д. Голев, Л. Г. Ким // Имплицитные и эксплицитные стратегии в восточноевропейском политическом дискурсе: / под ред. А. П. Чудинова, Э. В. Будаева; ФГБОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т», Цюрихский университет. — Екатеринбург, 2014. — С. 47 – 71.
5. Матвеева, Г. Г. Скрытые грамматические значения и идентификация социального лица («портрета») говорящего: дис. ... д-ра филол. наук. – СПб., 1993. - 332 с.
6. Юрьева, Е. А. Разностороннее влияние социальных сетей интернета на социализацию молодежи / Е. А. Юрьева, С. А. Горошкина. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2010. — № 7 (18). — С. 297-300.
7. Леорда, С. В. Речевой портрет современного студента [Электронный ресурс] автореф. дис. канд. филол. наук. – Саратов, 2006. – 19 с.
8. O'Reilly T., Milstein S. The Twitter Book. N. Y., // O'Reilly Media, Inc., 2009 - 240 с.
9. Пустовалова, О. В. Социальный сервис твиттер как средство развития речевых умений у студентов неязыкового вуза / О. В. Пустовалова // Вестник Тамбовского ун-та. 2012. Вып.7. С. 193–197.

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

**УДК 811**

## **РЕЧЕВЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ФЕНОМЕНОВ В ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ**

*Распопова А.Г.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[tonya\\_raspopova@mail.ru](mailto:tonya_raspopova@mail.ru)

С развитием технологий значительную роль в жизни современного человека играют интернет и социальные сети. В рамках интернет-дискурса сформировался особый тип общения, одновременно отличающийся от устной и письменной коммуникации и заимствовавший их отдельные характеристики. Данный феномен не мог не заинтересовать лингвистов, занимающихся изучением вопросов дискурса и прагматики коммуникации, появляются работы, посвященные особенностям различных аспектов интернет-дискурса. Актуальность исследования обусловлена относительной степенью новизны феномена интернет-дискурса, выраженным интересом к данному направлению в научных кругах, а также отсутствием работ по отдельным аспектам коммуникации в интернет-дискурсе, в частности по особенностям функционирования интернет-мемов в англоязычном сегменте интернет-дискурса. В данной статье мы рассмотрим речевые стратегии и тактики использования мемов в англоязычном интернет-дискурсе, путем проведения анализа специфики их употребления. Для достижения цели будут исследованы современные подходы к пониманию дискурса и интернет-дискурса, их особенностей. Мы рассмотрим понятие речевых стратегий и тактик в рамках современной лингвопрагматики,

582

охарактеризуем существующие типы англоязычных интернет-мемов в социальных сетях. В качестве материала исследования было отобрано более 200 интернет-мемов из социальной сети Reddit.

**Ключевые слова:** дискурс, интернет-дискурс, речевые стратегии и тактики, мемы, прецедентные феномены, лингвопрагматика.

## **SPEECH STRATEGIES AND TACTICS OF USING PRECEDENT PHENOMENA IN INTERNET DISCOURSE**

*Raspopova A.G.*

Kemerovo State University

[tonya\\_raspopova@mail.ru](mailto:tonya_raspopova@mail.ru)

With the development of technology, the Internet and social networks play a significant role in the life of modern people. Within the framework of Internet discourse, a special type of communication has been formed, which simultaneously differs from oral and written communication and borrows their separate characteristics. This phenomenon could not fail to interest linguists engaged in the study of issues of discourse and communication pragmatics, there are works devoted to the peculiarities of various aspects of Internet discourse. The relevance of the study is due to the relative degree of novelty of the phenomenon of Internet discourse, the expressed interest in this area in scientific circles, as well as the lack of work on certain aspects of communication in Internet discourse, in particular on the features of the functioning of Internet memes in the English-speaking segment of Internet discourse. In this article, we will consider the speech strategies and tactics of using memes in the English-language Internet discourse, by analyzing the specifics of their use. To achieve this goal, we explore modern approaches to understanding discourse and Internet discourse, and their features. We will consider the concept of speech strategies and tactics in the framework of modern linguopragmatics, describe the existing types of English-language Internet memes in social networks. More than 200 Internet memes from the social network Reddit were selected as the research material.

**Keywords:** discourse, Internet discourse, speech strategies and tactics, memes, precedent phenomena, linguopragmatics.

В современной науке понятие дискурса является дискуссионным. Несмотря на наличие большого количества исследователей данного феномена существуют различные, иногда противоречащие друг другу дефиниции дискурса, может варьироваться и описание феномена. Представлены классификации по различным признакам, наиболее популярно деление на личностно-ориентированный и институциональный дискурсы, а также выделение на основе функциональных стилей. Имеется лишь базовое представление о данном феномене. Интернет-дискурс сформировался в виртуальном пространстве, в нем возможно как личное, так и социально-ролевое общение [1]. Отличительными характеристиками феномена являются когнитивность, вариативность, интерактивность, психологичность, социологичность. Среди всего многообразия интернет-дискурса часто выделяют жанры поста и комментария, особую роль они играют в развлекательном сегменте. В интернет-дискурсе произошло формирование собственной культуры и норм поведения [2].

В рамках лингвопрагматики изучаются особенности коммуникации: адресат и адресант, речевое поведение, в том числе и коммуникативные или речевые стратегии и тактики. Коммуникативные стратегии являются более комплексным феноменом, в рамках которого значительное внимание уделяется невербальным аспектам, речевые стратегии входят в состав коммуникативных стратегий. Речевые стратегии представляют собой набор действий, направленных на достижение поставленной коммуникативной цели. Речевые тактики в свою очередь являются частным речевых стратегий [3]. В связи с многообразием дискурсов и коммуникативных целей не существует единой общепринятой классификации речевых стратегий и тактик. Довольно часто они рассматриваются в контексте

направленности на продуктивность коммуникации или создание конфликта, но существуют и многочисленные иные попытки типологии.

Принадлежность интернет-мемов к прецедентным феноменам подтверждается наличием культурно значимого элемента, знакомого широкому кругу лиц в связи с единством базы фоновых знаний [4]. Мемы обладают такими характеристиками как повторяемость, возможность трансформации, краткость текстового элемента, юмористическая направленность. В англоязычном интернет-дискурсе представлены мемы в форме текста, картинки, картинки с подписью, видео [5]. Мемы из первых трех групп могут переходить из одной группы в другую, мемы из последней категории малочисленны. Англоязычные мемы могут менять текстовый или визуальный компонент. Трансформация первого типа является ведущей, характерной для феномена мемов, второй тип встречается реже. По происхождению мемы можно разделить на основу из массовой культуры (фильмы, сериалы, шоу, музыкальные клипы), исторических событий, современных событий (политика, спорт, культура) и интернет-культуры («вирусные» посты). Отсылающие к массовой и интернет культуре мемы являются наиболее распространенными. Тексты мемов краткие, отсылают к массовому опыту [6].

Ведущими коммуникативными целями создания и публикации мемов в социальной сети Reddit является развлечение, отражение актуальных событий, повышение личного рейтинга на ресурсе. Ведущей является развлекательная речевая стратегия, реже используются информативная и коммуникативная. Направленность социальной сети и особенности культуры мемов обуславливают преобладание кооперативной речевой стратегии, даже при выборе тактик, направленных на создание конфликта, негативная реакция адресанта не является целью. В рамках исследования при создании англоязычных мемов были выявлены такие популярные речевые тактики, как тактика противопоставления, тактика неожиданного вывода, тактика обращения к шаблонам, тактика самоуничтожения, тактика создания ошибок и др. [7].

Интернет-мемы, являющиеся прецедентными феноменами и тесно связанные с прецедентными феноменами, – неотъемлемая часть интернет- дискурса, в частности, развлекательного сегмента. Они направлены на отражение актуальных событий, самовыражение автора мема, создание комического эффекта и др. Для достижения поставленной коммуникативной цели могут применяться различные речевые стратегии и тактики.

#### **Литература и источники**

1. Дейк, Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация [Текст] / Т. А. ван Дейк; пер. с англ. М: Ленанд, 2014. – 309 с
2. Горина, Е. В. Конституирующие признаки дискурса Интернета [Текст] : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / Е. В. Горина. – Екатеринбург, 2016. – 55 с.
3. Гущина, Г. И. Стратегии речевого поведения участников интернет-коммуникации [Текст] / Г. И. Гущина // Язык и культура (Новосибирск). – 2012. – № 3. – С. 87–92
4. Саидова, З. Э. Мем как универсальный феномен интернет-культуры (на материале русского, английского и чеченского языков) [Текст] / З. Э. Саидова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2017. – № 1-2 (67). – С. 175–17
5. Зиновьева, Н. А. Воздействие мемов на Интернет-пользователей: типология Интернет-мемов [Текст] / Н. А. Зиновьева // ВЭПС. – 2015. – № 1. – С. 195–201.
6. Ягодкина, М. В. Мемы в интернет-коммуникации [Текст] / М. В. Ягодкина // ART LOGOS. – 2019. – № 2 (7). – С. 142–151.
7. Reddit [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.reddit.com/>

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Дашкова С.Ю., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

**ОСКОРБИТЕЛЬНЫЕ СЛОВА И ОБРАЗЫ В РЕКЛАМЕ:  
ЛИНГВОЮРИДИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИЗУЧЕНИЯ**

*Тангаева Л. А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[tangaeva1999@mail.ru](mailto:tangaeva1999@mail.ru)

Предлагаемая для ознакомления статья представляет собой лингвоюридический анализ рекламы, содержащей оскорбительные слова и образы. Данная проблема весьма актуальна в связи с тем, что в современных реалиях разработчики рекламы всё чаще прибегают к различным методам привлечения потенциальных клиентов. Эти методы зачастую являются неудачными и могут вызывать неодобрения со стороны потенциальных покупателей и, следовательно, оказывать негативный эффект на продвижение рекламируемых товаров или услуг. В статье описана методика экспертизы рекламных текстов на основании пособия «Основные понятия лингвокриминалистической экспертизы», в котором рассматриваются критерии, отличающие оскорбительную рекламу (т.е. ненадлежащую) от рекламы, соответствующей требованиям российского законодательства. Также приводится конкретный пример неоднозначного рекламного текста, размещенного в городе Кемерово, который рассматривается с точки зрения ФЗ "О рекламе", и решение федеральной антимонопольной службы по отношению к данной рекламе. Цель статьи – показать дискуссионный характер восприятия и описания рекламы, содержащей неоднозначные слова и образы, а также обратить внимание на тот факт, что критерии квалификации рекламы как оскорбительной нуждаются в тщательной доработке.

**Ключевые слова:** лингвоюридический анализ, реклама, оскорбительные слова, оскорбительные образы, экспертиза, методология.

**OFFENSIVE WORDS AND IMAGES IN ADVERTISING LINGUISTIC ASPECT OF  
STUDY**

*Tangaeva L. A.*

Kemerovo State University

The article offered for review is a linguistic analysis of advertising containing offensive words and images. This problem is very relevant due to the fact that in modern realities, advertising developers are increasingly resorting to various methods of attracting potential customers. These methods are often unsuccessful and can cause disapproval from potential buyers and, therefore, have a negative effect on the promotion of the advertised product or service. The article describes a methodology for the examination of advertising texts on the basis of the manual "Basic concepts of linguistic forensic examination", which examines the criteria that distinguish offensive advertising (ie inappropriate) from advertising that meets the requirements of Russian legislation. There is also a specific example of an ambiguous advertising text posted in the city of Kemerovo, which is considered from the point of view of the Federal Law "On Advertising", and the decision of the Federal Antimonopoly Service in relation to this advertisement. The purpose of the article is to show the controversial nature of the perception and description of advertising containing ambiguous words and images, and also to draw attention to the fact that the criteria for qualifying advertising as offensive require careful revision.

**Keywords:** linguistic analysis, advertising, offensive words, offensive images, expertise, methodology.

Нельзя отрицать тот факт, что реклама в значительной мере связана с жизнью каждого из нас, ведь она так или иначе оказывает на нас влияние. Об этом ни раз упоминали многие ученые, например, М. Н. Кожина в «Стилистическом энциклопедическом словаре русского языка» говорит о том, что «реклама относится к убеждающей и воздействующей речи, призванной привлекать и поддерживать внимание адресата, способствовать последующему запоминанию сообщения и побуждать к определенному действию» [7, с.17]. Однако в связи с тем, что рекламодатели, преследуя весьма ясную цель – привлечение потенциальных покупателей, зачастую прибегают к неоднозначным способам реализации данной цели, в рекламе всё чаще встречаются слова, а также образы, которые можно считать оскорбительными, вызывающими негативную оценку.

Проблема нарушения этики в рекламе – вопрос дискуссионный. Как отмечает Шкапенко Т.М.: «Обсценные слова представляют собой один из наименее исследованных пластов лексики в отечественной лингвистике» [9, с. 68]. Неоднозначным является также вопрос, что именно следует принимать за оскорбительные слова и образы. Признание слов, образов и выражений в рекламе оскорбительными носит субъективно оценочный характер – подробнее этот вопрос рассматривался Барановой М. В. [2, с. 418], Дударевой Я. А. [3; 4, с. 127-130], Кара-Мурзой Е. С. [5, с.699],

Несмотря на популярность лингвистических работ, посвященных рассматриваемой теме, в методологии производства лингвистических экспертиз на данный момент отсутствует перечень критериев, отличающих оскорбительную рекламу от обычной. Лингвистические признаки наличия оскорбления описаны по общим критериям, как правило, сформулированных на основе текстов СМИ, устных текстов. Так, согласно критериям, описанным в справочном пособии «Основные понятия лингвокриминалистической экспертизы», для установления факта оскорбления, необходимо наличие следующих признаков в анализируемом тексте:

- 1) сообщение негативных сведений о лице или организации;
- 2) порочащий характер сведений – конкретное указание на нарушения моральных норм или законов;
- 3) несоответствие негативных сведений действительности;
- 4) публичный характер распространения сведений [6, с.23], а также ряд других.

Выделение критериев, на основании которых можно было бы проанализировать именно рекламный текст по наличию/отсутствию оскорбительных слов и образов, нуждается в разработке.

Говоря о причинах назначения по спорному рекламному тексту лингвистической экспертизы, стоит обратиться к работе Л.П. Амири [1], в которой говорится о трех факторах:

- 1) неучтены все варианты интерпретации языковой единицы;
- 2) неучтена возможная двусмысленность восприятия рекламного текста;
- 3) выход за границы культурные рамки за счет нарушения коммуникативной и этической нормы.

На основе изученных данных, мною был проведен лингвоюридический анализ рекламных текстов, содержащих непристойные слова и образы. Материалом моего исследования являются рекламные тексты, проанализированные за 3 года.

Пример рекламы цветочного салона в г. Кемерово от 07.10.2019 года, который возмутил жителей города, был следующего содержания: «Букетная лавка Чем круче букет, тем ниже поцелуй. 9 роз 270 рублей».



Во-первых, неоднозначным является образ, содержащийся в рекламе: на нём изображена девушка, прикрывающая нижнюю часть лица табличкой с рисунком губ. Согласно ФЗ «О рекламе» [8], ст. 5, ч.6, подобный образ может быть расценен как непристойный. Во-вторых, замешательство вызывает само содержание рекламного текста, которое у многих потенциальных покупателей может вызвать пренебрежение. Рекламный слоган, вероятно, – переделанная строчка известной песни, однако в конкретном случае – с непристойным смыслом.

При оценке рекламы членами Общественного Совета УФАС по Кемеровской области мнения разделились пополам: половина экспертов посчитали рекламу непристойной, оскорбительной, остальная половина посчитала данную рекламу законной (данные представлены на основании Определения №09/13033 о возбуждении дела).

Также было проведено лингвистическое исследование данной рекламы на основе опроса рядовых граждан. Согласно полученным результатам, 79 % опрошенных граждан посчитали эту рекламу оскорбительной.

Таким образом, как мы видим, существует проблема описания лингвистических признаков (критериев) рекламных текстов, на основании которых можно сделать вывод о признании рекламы, нарушающей ст. 5, ч.6 ФЗ «О рекламе». Следовательно, каждый конкретный случай требует тщательного рассмотрения, в ходе которого специалист/эксперт опирается не на свое индивидуальное мнение, впечатление о спорном тексте, а обращается к проведению экспериментов, опросов и делает выводы, анализируя полученные результаты.

### **Литература и источники**

1. Амири Л.П. К вопросу о лингвистической экспертизе текстов в рекламной коммуникации // В мире научных открытий. - 2011. - №4-1. - С. 611-618.
2. Баранова М.В. Достоинства и недостатки конкретизации юридических норм (на опыте формирования и реализации рекламного законодательства // Конкретизация права: теоретические и практические проблемы, материалы IX Международной научно-практической конференции 21-25 апреля 2014 г. - М.: ФГБОУВО «РГУП», 2015. - С. 415-422.
3. Дударева Я. А. Лингвомаркетология: рекламный текст в лингвоправовом аспекте. – Кемерово, 2020 – 79 с.
4. Дударева Я.А. Оскорбительные слова и образы в рекламном тексте (на материале обращений УФАС по Кемеровской области) // Язык. Право. Общество. Сборник статей VI Международной научно-практической конференции. Под редакцией О.В. Барабаш, Н.А. Павловой, А.В. Александровой. 2020. С. 127-130.
5. Кара-Мурза Е.С. Медиалингвистика в лингвоэкспертной проекции // Русский язык: исторические судьбы и современность: V Международный конгресс исследователей русского языка (Москва, МГУ имени М.В. Ломоносова, филологический факультет, 18–21

- марта 2014 г.): Труды и материалы / Составители М.Л. Ремнева, А.А. Поликарпов, О.В. Кукушкина. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2014. С. 698–699
6. Стернин И.А., Антонова Л.Г., Карпов Д.Л., Шаманова М.В. Основные понятия лингвокриминалистической экспертизы: справочное пособие. /Под науч. ред. проф. И.А. Стернина. – Ярославль, Изд-во «Канцлер», 2013. – 80 с.
7. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожинной. 2-е изд. М.: Флинта, 2006, – 696 с.
8. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015) «О рекламе» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01. 10. 2015) [Электронный ресурс]. Режим доступа: [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)
9. Шкапенко Т. М. Обсценная лексика: о когнитивных механизмах табуизации слов // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. - 2016. - Том 2, № 4. - С. 68-72.

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

**УДК 81'42+659**

**ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ  
КИТАЙСКИХ БЛОГОВ О ФИТНЕСЕ И ЗДОРОВОМ ОБРАЗЕ ЖИЗНИ**

*Тякотева В.А.*

ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет»

[tyakoteva.varya@mail.ru](mailto:tyakoteva.varya@mail.ru)

В работе нами проанализированы лексико-стилистические особенности китайских блогов о фитнесе и здоровом образе жизни. Цель работы — исследовать лексико-стилистические особенности китайских блогов о фитнесе и здоровом образе жизни. Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи: 1) рассмотреть подходы к изучению интернет-коммуникации; 2) описать лексико-стилистические особенности китайского языка; 3) проанализировать лексику в сфере фитнеса и здорового образа жизни в Китае; 4) описать китайские блоги о фитнесе и здоровом образе жизни; 5) выявить национально-культурную специфику китайских блогов о фитнесе и здоровом образе жизни. В работе рассматривается материал блогов — наиболее молодой формы интернет-коммуникации и, в то же время, её важнейшего компонента. Для наименования людей, ведущих блог, существует термин блоггер, а совокупность всех блогов в сети называют блогосферой.

**Ключевые слова:** фитнес, блог, здоровый образ жизни, лексика, стилистика, китайский язык, интернет-коммуникация.

**LEXICO-STYLISTIC FEATURES  
OF CHINESE BLOGS ABOUT FITNESS AND HEALTHY LIFESTYLE**

*Tyakoteva V.A.*

Kemerovo State University

In this work, we analyzed the lexical and stylistic features of Chinese blogs about fitness and healthy lifestyles. The aim of the work is to investigate the lexical and stylistic features of Chinese blogs about fitness and healthy lifestyle. To achieve this goal, the following tasks are being solved: 1) consider approaches to the study of Internet communication; 2) describe the lexical and stylistic features of the Chinese language; 3) analyze vocabulary in the field of fitness and healthy lifestyle in China; 4) Describe Chinese health and fitness blogs; 5) Reveal the cultural identity of Chinese

fitness and health blogs. The article examines the material of blogs - the youngest form of Internet communication and, at the same time, its most important component. The term blogger is used to refer to people who blog, and the totality of all blogs on the web is called the blogosphere.

**Key words:** fitness, blog, healthy lifestyle, vocabulary, stylistics, Chinese, Internet communication.

В середине 2007 г. в мире насчитывалось порядка 70 млн блогов и более 200 млн индивидуальных сайтов. Таким образом, можно сказать, что каждый третий сайт является блогом [1].

Китайский интернет во многом отличается от европейского и американского. Из-за того, что в стране огромное население, каждый популярный блогер имеет десятки миллионов подписчиков. Если наших соотечественников такая цифра удивляет, то китайцы не считают миллионы на своем канале или блоге каким-то достижением.

Еще одна особенность – в Китае популярных блогеров приравнивают к профессиональным журналистам. С ними так же охотно сотрудничают различные бренды, а простые люди охотно доверяют мнению любимых интернет-знаменитостей.

В ходе анализа записей китайских блогов о фитнесе и здоровом образе жизни, содержащих 2946 лексических единиц, было выявлено, что из них 827 лексических единиц составляют буквенные слова (28,1%), 482 лексических единиц составляют цифровые слова или словосочетания (16,3%), 1637 лексических единиц – это слова, записанные иероглифами (55,6%). Наибольшую часть интернет-лексики китайского языка составляют слова, записанные иероглифами [2].

Интернет-лексика китайского языка также пополняется путем заимствования из других языков, преимущественно из английского и японского языков.

Наиболее продуктивными способами образования лексических единиц интернет-лексики китайского языка являются суффиксация и префиксация. Это объясняет особенность образования лексических единиц интернет-лексики в китайском языке.

Объектом исследования являются китайские блоги о фитнесе и здоровом образе жизни; предметом исследования — лексико-стилистические особенности текстов, содержащихся в изучаемых блогах.

В последнее время замечается тенденция развития буквенных слов в сетевом общении. Такая тенденция замечается и в интернет-лексике китайского языка.

Более того, в интернет-лексике китайского языка отмечается тенденция к употреблению комбинаций цифр

Таким образом, можно сделать вывод, что интернет-лексика оказывает большое влияние на развитие самого языка. Интернет-язык изменяет лексический и фразеологический состав китайского языка, ведь в Интернете происходит изменение языка путем возникновения новых слов, приобретение словами других значений. Именно поэтому исследование китайских блогов о фитнесе и здоровом образе жизни и является необходимым элементом изучения языка.

Здоровый образ жизни и фитнес – один из самых популярных трендов в Китае. Исследователи предполагают, что в 2020 году более 435 миллионов китайцев будут являться потребителями услуг фитнес-индустрии. А как лучше всего продвигать тему здорового образа жизни, как не при помощи так называемых «лидеров мнения» (KOL – key opinion leader).

В данной работе мы проанализируем материал нескольких популярных блогов с платформы Weibo, связанных с темой фитнеса и здорового образа жизни.

Блог под названием 全球健身中心, имеющий более 18 миллионов подписчиков действует в формате информационного портала для людей, которые хотят получить знания о разнообразных физических упражнениях. Помимо предоставления информации о различных тренировках, автор блога также в целом повышает осведомленность

подписчиков по данной теме [3].

Данный блог представляет собой интернет-пособие по занятиям спортом. При анализе материалов блога, мы видим, что информация подается в качестве тезисной фразы и изображения. Таким образом, каждый пост состоит из нескольких коротких, простых для понимания предложений и фото- или видеоматериала. Так же автором используются такие графические средства, как смайлы. Эмотивный компонент сообщений выражается посредством использования восклицательных знаков. Задействуется функция «репостов». Характерно то, что основная информация доносится до аудитории не с помощью текста поста, а через использование графических средств – картинок, наглядно демонстрирующих упражнения или видеофрагментов тренировок.

Блог 体态大师 с фанатской базой, превышающей 5 млн подписчиков, предоставляет информацию о том, как улучшить свою форму. Анализируя блог, мы с помощью используемых графических средств можем понять, что целевой аудиторией в первую очередь являются девушки. В данном блоге посты оформляются более подробно, представленные тексты объемнее. Автором так же используются фото- и видеоматериалы для демонстрации упражнений [4].

Можно заметить влияние интернет-языка на выбор языковых средств автора. Например, во фразе «不到半个月，肉眼可见de脸小了», в переводе «уже через месяц лицо становится меньше», видно, что автор заменяет служебную частицу «的» буквенным обозначением «de».

Для взаимодействия с подписчиками блогер использует такую особенность сетевой коммуникации, как опрос: создается специальный пост, где любой подписчик может выбрать подходящий вариант ответа.

Интернет-коммуникация занимает огромное место в жизни современного человека: люди проживают «вторую жизнь» в Сети, находя друзей по интересам. Одна из самых развитых ниш интернет-коммуникации – широкая сеть блогов, содержащих информацию по разнообразным тематикам.

В данной работе мы поставили перед собой цель исследовать лексико-стилистические особенности китайских блогов о фитнесе и здоровом образе жизни и успешно решили сопутствующие задачи.

Основные тенденции в лексике китайского языка были выявлены в ходе исследований интернет-лексики китайского языка отечественными и китайскими учеными. Китайские ученые характеризуют ситуацию с появлением лексических единиц в интернет-языке как «постоянный взрыв», причем он происходит в различных сферах общественной жизни, естественных и общественных науках, образовании, быту и т.д. По разным подсчетам, ежегодно появляется 700-800 новых лексических единиц, т. е. за последние двадцать пять лет появилось примерно 20 тысяч новых слов, однако их, по-видимому, все-таки меньше, поскольку часть новых слов – это старые слова, значение которых могло измениться. Китайские блоги включают обычно от 4700 до 10000 словарных статей [5].

В последнее время в интернет-лексике китайского языка замечена тенденция к употреблению буквенных слов, цифровых комбинаций и заимствований из других языков. Данная проблема актуальна и по сей день и освещается в работах многих ученых, а также в научно-публицистических журналах.

Таким образом, в ходе исследования были выявлены следующие тенденции развития лексики китайских блогов «о фитнесе и здоровом образе жизни»: большинство лексических единиц интернет-лексики китайского языка составляют многосложные слова; наиболее продуктивными способами образования лексических единиц интернет-лексики китайского языка являются префиксация и суффиксация; в язык сетевого общения проникло достаточно много заимствований из других языков, преимущественно из английского и японского языков; современная интернет-лексика возникла благодаря омонимичности

китайского языка; появилась тенденция к употреблению наречий степени, междометий и частиц в процессе сетевого общения; большое количество буквенных слов и цифровых комбинаций составляют современную лексику интернет-языка.

#### **Литература и источники**

1. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью: теория и практика / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. Москва: Дело, 2008. 551 с.
2. Воронина, М.К. Тенденции развития китайской интернет-лексики / М.К. Воронина // Казанский вестник молодых ученых. 2019. С. 19-27.
3. 全球健身中心 URL: <https://weibo.com/shijiyinyue> (дата обращения: 15.05.2020).
4. 体态大师 URL: <https://weibo.com/fahaifit> (дата обращения: 15.05.2020).
5. Семенас А. Л. Особенности лексических заимствований в китайском языке // Вопросы языкознания. 1997. № 1. С. 48–57.

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

**УДК 81:001.12/18**

### **ИССЛЕДОВАНИЕ ВОСПРИЯТИЯ И ОЦЕНКИ ВОВЛЕКАЮЩИХ ПОСТОВ НА СТРАНИЦАХ БРЕНДОВ ОДЕЖДЫ В INSTAGRAM ПРЕДСТАВИТЕЛЯМИ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКИХ, АМЕРИКАНСКИХ И КИТАЙСКИХ СТРАНИЦ)**

*Хрущев В.В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[mrdjkor@gmail.com](mailto:mrdjkor@gmail.com)

Работа посвящена особенностям речевого воздействия в постах русских, американских и китайских страниц брендов одежды. Материалом эмпирического исследования выступают посты со страниц брендов одежды. Особое внимание в работе уделяется способам и приемам речевого воздействия, используемым в постах. Рассмотрены приемы и способы речевого воздействия, выделенные в постах. Проведен анализ стилистических особенностей методики сообщения информации, используемые лингвистические конструкции, а также невербальные средства коммуникации (фото и видео).

**Ключевые слова:** речевое воздействие, пост, инстаграм

### **RESEARCH OF PERCEPTION AND EVALUATION OF ATTRACTIVE POSTS ON THE PAGES OF CLOTHING BRANDS IN INSTAGRAM BY REPRESENTATIVES OF THE TARGET AUDIENCE (ON THE MATERIAL OF RUSSIAN, AMERICAN AND CHINESE PAGES)**

*Khrushchekov V.V.*

Kemerovo State University

This work is devoted to the peculiarities of speech impact in the posts of Russian, American and Chinese pages of clothing brands. The material of empirical research is the posts from the pages of clothing brands. Particular attention is paid to the methods and techniques of speech impact used in posts. The techniques and methods of speech influence, highlighted in the posts, are considered. The analysis of the stylistic features of the method of communicating information,

the used linguistic constructions, as well as non-verbal means of communication (photo and video).

**Keywords:** speech impact, post, instagram.

Сегодня большому количеству людей на планете доступен интернет и, в частности, различные интернет-ресурсы. Все они могут использоваться в различных целях, в том числе и для осуществления покупок. Во всемирной сети существует огромное количество социальных сетей разной направленности, в том числе и Instagram, аккаунты которого могут быть использованы в качестве канала продвижения товаров и услуг. В данном исследовании будут рассматриваться материалы из русских, американских и китайских страниц аккаунтов брендов одежды.

Современное языкознание может быть characterized интересом к изучению разнообразных процессов функционирования языка. При всем этом мы можем наблюдать постоянное расширение предметной области риторики, коммуникативной лингвистики, теории речевого воздействия, дискурсивной лингвистики, которые изучают, среди всего прочего, приемы вовлечения в коммуникацию и взаимодействие [1, с. 18-22; 2, с. 407].

Одной из новых и относительно малоизученных сфер современной речевой коммуникации является общение в социальных сетях, которое направлено на продвижение своих товаров и услуг. С появлением таких тенденций, как переход в мир технологий, для многих компаний различных направленностей, появилась необходимость получать знания в этой, для многих новой, сфере. И в данном случае преимущественно речь будет идти про нашу страну. Но если брать США или Китай, то само собой и там проявляются подобные тенденции: все компании давно перешли во все социальные сети, где рекламируют свои товары, рассказывают о новинках и общаются с аудиторией.

Особую роль в современном коммуникативном пространстве бизнеса играют люди, чья профессиональная деятельность связана с маркетингом в социальных сетях. По-английски это звучит как social media marketing, сокращенно SMM, у нас в России их так и называют – СММ-менеджеры.

Реклама в интернет-пространстве является огромным пластом деятельности в современном информационном пространстве, особенно в штатах. Даже Китай не показывает в этой сфере таких же успехов как США. Китайским СММ менеджерам есть чему поучиться у американцев. И поскольку страна развивается в этом направлении, то и соответственно появляется интерес к изучению стратегий и приемов продвижения своего бренда и товара.

Причинами появления необходимости рекламы в интернете стали, во-первых, рост экономики, во-вторых, скорое развитие технологий и сети интернет, в частности. В связи с этим у людей появляется желание осваивать новую нишу в этом деле.

Привлечение внимания покупателя – основная работа СММ-менеджера. Привлечение внимания заключается в том, что менеджер должен делать посты в социальные сети, и, в частности, в Instagram [3], а также вести диалог с аудиторией. Существуют разные виды привлечения внимания – вербальный и невербальный. Можно заинтересовать аудиторию как интересной мыслью, так и необычной визуальной составляющей соответственно.

Интерес представляют процессы восприятия и осмысления постов в социальных сетях, особенно если учесть, что у компании или бренда может быть неоднозначная репутация. У общества справедливо возникает множество вопросов на тему доверия к бренду. Люди, купившие что-либо по совету рекламы в интернете, далеко не всегда получают от товаров и услуг 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 посты стали набирать лайки и репосты, а социальные сети занимать уверенное место в жизни людей, то появилась необходимость сравнить методики ведения аккаунтов, с целью

выявления более эффективных способов воздействия на аудиторию, а это важно для такой науки как риторика.

Изучение аккаунтов Instagram из разных стран помогает найти новые решения в использовании техник воздействия на аудиторию для наиболее эффективного воздействия на слушателей. Разные культуры, языки и мировоззрение позволяют увидеть и исследовать различия между постами аккаунтов разных стран.

Таким образом, цель предпринятого исследования заключается в выявлении, анализе, определении наибольшей эффективности методик речевого вовлечения в плане вовлечения аудитории аккаунтов Instagram из трех стран, а именно России, Америки и Китая. Существенные отличия в структурах языков, культур народов, особенности развития стран, современный статус государств на мировом пространстве.

Для данного исследования представляют интерес способы, техники и тактики, используемые в тексте постов, происходит достижение желаемого вовлекающего эффекта. Следовательно, цель предпринятого исследования заключается в рассмотрении специфики используемых речевых приёмов в подобных постах аккаунтов брендов одежды. Для достижения поставленной цели необходимо проанализировать традиционные разновидности речевого воздействия, а также обратиться к реальным примерам, аккаунтам 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 аккаунты брендов одежды в Instagram российских, американских и китайских. Материалом эмпирического исследования стали российский аккаунт бренда одежды Lichi, американский аккаунт Nike и китайский аккаунт китайского бренда спортивной одежды Li-Ning. Цели их постов заключаются в приобщении широкой аудитории к передаваемой информации, рождении определенных эмоций, расширении круга людей, которые заинтересованы в получении информации о товаре. Их посты бывают направлены на обсуждение проблемных вопросов и решения актуальных проблем большей части населения, даётся своеобразный подход к их интерпретации, например посредством покупки их товара.

Если говорить об основных способах воздействия на аудиторию в таких постах, то таковыми являются убеждение в том, что эти товары были сделаны специально для того, или иного слоя населения или группы. При объяснении каких-либо тезисов приводятся аргументы, причём выстраиваются логически последовательно. Возьмем пример такого приема из поста одного из вышеперечисленных аккаунтов. Например, в посте аккаунта Li-Ning мы можем видеть рекламу новых кроссовок, в которой прямым текстом говорится о том, что эти кроссовки были разработаны специально для универсального и подвижного бегуна. Но вместе с тем, СММ-менеджеры оперируют не сухими фактами, а пользуется эмоциями, оказывает эмоциональное давление. Другими словами, они всячески стараются привлечь внимание красочными эпитетами, оборотами и даже метафоричными картинками. Такой прием мы можем наблюдать в постах аккаунта Lichi, где мы видим, что такие обороты как “Глоток свежего воздуха” используются для того, чтобы описать платье в горошек. Данный способ речевого воздействия является эффективным с точки зрения вовлечения, поскольку он удовлетворяет её основным целям, и менеджерам необходимо вызвать к себе доверие и сплотить аудиторию как отдельно всех ее членов, так и с собой соответственно. Прием сплочения аудитории мы видим у Nike, где многие посты направлены определённым меньшинствам, что позволяет людям почувствовать, что они не одни, помочь им сплотиться. Все эти посты собирают большое количество положительного фидбека, что показывает положительную реакцию аудитории на подобные приемы вовлечения.

В результате анализа были выявлены схожие методики в целом и были выявлены схожие по воздействию, но разные по применению. Во всех странах принято использовать инклюзивные местоимения «мы», что подключает к себе слушателей и заставляет их

имплицитно вовлекаться в посты. Также визуальная часть используется похожим образом во всех странах. Невербальные компоненты применяются всеми странами, но по содержанию отличаются, и это связано с культурными различиями и историей развития стран.

#### **Литература и источники**

1. 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.

2. Катышев П.А., Оленев С.В. К вопросу о судебной лингвистической экспертизе по делам, связанным с вовлечением в деятельность нелегальных организаций // Acta Linguistica Petropolitana. Труды института лингвистических исследований. 2016. Т. 12. № 3. С. 407-419.

3. Instagram. – URL: <https://www.instagram.com/?hl=ru> (Дата обращения 29.03.2021).

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

УДК 81'1

### **ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЯЗЫКА КАК ФАКТОР СОВРЕМЕННОЙ КОММУНИКАЦИИ**

*Цуркан А.И.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[Stsurkan89@gmail.com](mailto:Stsurkan89@gmail.com)

В статье рассматриваются дискурсивные характеристики, структура предоставления информации, а также особая прагматическая направленность социальной новостной платформы Реддит, являющегося особой виртуальной оболочкой, предоставляющей возможности индивиду для самовыражения и взаимодействия с социумом. Материалом исследования послужили посты участников данной платформы и в частности подсообщество r/wallstreetbets. Проводится анализ средств общения, которые представляют собой инструмент для достижения коммуникативных целей автора, выявляются особенности и закономерности электронной коммуникации на композиционном и лексическом уровнях.

**Ключевые слова:** Сабреддит, подсообщество, социальная новостная платформа, пост, онлайн-коммуникация.

### **LANGUAGE DIGITALIZATION AS A FACTOR OF MODERN COMMUNICATION**

*Tsurkan A.I.*

Kemerovo State University

The article examines the discursive characteristics, the structure of providing information, as well as the special pragmatic orientation of the social news platform Reddit, which is a special virtual extent that provides an individual with opportunities for self-expression and interaction with society. The research material was the participants' posts of this platform and, in particular, the r / wallstreetbets sub-community. The means of communication as a tool for achieving the author's communicative goals, are analyzed, identifying the features and patterns of electronic communication at the compositional and lexical levels.

**Keywords:** Subreddit, sub-community, social news platform, post, online communication.

Цифровизация в глобальном плане представляет собой концепцию экономической деятельности, основанной на цифровых технологиях, внедряемых в разные сферы жизни и производства. Цифровизация как социальное явление получила распространение в 60-е -70-е годы 20 века, ее характеризуют три ведущих характеристики.

1. Все виды контента переходят из аналоговых, физических и статичных в цифровые, одновременно становятся мобильными и персональными. При этом индивид получает возможность контролировать свой личный контент, направлять информационные запросы, формировать индивидуальную траекторию информационной деятельности.
2. Осуществляется переход к простым технологиям коммуникации (технология становится лишь средством, инструментом общения), ведущая характеристика устройства и технологии -управляемость.
3. Коммуникации становятся гетерогенными: вертикальная, иерархичная коммуникация теряет актуальность, происходит переход к сетевой структуре коммуникации [9, с. 56].

Цифровизация подразумевает не только установку современного оборудования или программного обеспечения, но и фундаментальные изменения в подходах к управлению, корпоративной культуре, внешних коммуникациях. Данные технологии меняют не только само общество, но и живой язык. Появляются новые модели коммуникации между людьми. Для лингвистики важно выявить закономерности в изменении языка, происходящие на всех его уровнях в ходе цифровизации, установить влияние этих изменений на обычную коммуникацию.

Концепция цифровизации рассматривается в работах как отечественных, так и зарубежных ученых: Верховский Н.С., Гнатышина Е.В., Саламатов А.А., Добросклонская Т.Г., Назаров М.М., Bell A., Robert G. Gallager, Kergel D.

В качестве материала исследования были выбраны отечественные и зарубежные медиаплатформы массовой коммуникации, представляющие собой видеостриминговые платформы и социальные новостные сайты, на которых зарегистрированные пользователи могут размещать ссылки на какую-либо понравившуюся информацию в интернете и оставлять свои комментарии. Глобальность данных платформ влияет на количество языковых заимствований, а неформальность онлайн-среды – на появление новых слов и аббревиатур.

Так на 2020 год социальная новостная платформа Реддит является 6 самым посещаемым интернет ресурсом в мире. Сам реддит состоит из подсообществ или сабреддитов, основанных на какой-либо тематике. Каждое подсообщество имеет свою аудиторию, набор определенных правил и языковых особенностей.

Особенность данных платформ, как и интернет общения в целом заключается в краткости сообщения, его лаконичности, что иногда является результатом ограничения по использованию печатных знаков, нехваткой места или для достижения лучшей видимости сообщения. Это можно представить как общение газетными заголовками, они быстро ухватывают внимание и передают основную суть. Сюда же можно отнести создание и использования различных аббревиатур. Для лингвистики особенно интересно какая природа у данного рода сообщений и как они переходят за пределы своего цифрового пространства.

Так краткие названия подсообществ платформы Реддит сообщают нам об их основной цели и функции: r/AnimalBeingDerps, r/MurderedByWords, r/Instagramreality, r/relationshipadvice, r/Tifu, r/DiWHY, r/wallstreetbets, r/agedlikemilk и т.д. Как видно из названий, для экономии места не используются пробелы, названия максимально сжаты и информативны. Иногда допускается использование регистра, но как видно это не обязательно.

Практически все заголовки состоят из одной фразы или предложения. Авторы используют заголовки для облегчения восприятия информации читателями. Для

привлечения внимания читателя также используются графоны: выделение подзаголовков жирным шрифтом или курсивом, визуальные образы. Заголовки сообщений на платформе в основном имеют визуальное сопровождение, статичное или динамичное. Также под каждым постом указана дата публикации. Как отмечает Е. И. Горшкова, дата публикации является своеобразным дейктическим центром сообщения. Читатель пишет комментарий, ориентируясь на дату [3, с. 9]. Под постом обычно присутствуют ссылки на социальные сети для того, чтобы читатель мог порекомендовать прочитанный пост своим друзьям.

Комментарии к посту обычно состоят из имени комментатора, даты и времени отправки комментария и самого комментария. 70% проанализированных комментариев содержат благодарность за предоставленную информацию и вопросы для дальнейшего обсуждения. Для удобной навигации читателя также могут присутствовать дополнительные поля с архивами записей или списком самых популярных ключевых слов.

Так как основной целью автора является успешное взаимодействие с аудиторией, то и речевые приемы, используемые в посте, нацелены на достижение данной цели. Авторы используют прием прямой адресованности:

‘What's your "Well, you don't see that every day" story?’ «Какая у вас "Ну, вы видите это не каждый день" история?»

‘Husbands and wives that got divorced after 20 years of marriage, what made you decide to change your mind after all that time?’ «Мужья и жены, которые развелись после 20 лет брака, что заставило вас изменить свое мнение по прошествии всего этого времени?»

‘If you grew up with strict parents, what the worst arguments have you gotten in?’ «Если вы выросли со строгими родителями, какой был самый большой спор между вами?»

‘I just keep buying more GME. I have no idea why. Love you silly apes!’ «Я просто продолжаю покупать больше GME. Понятия не имею почему. Люблю вас, глупые обезьяны!»

Для успешной коммуникации с читателем автор поста также использует повелительное наклонение:

‘If you expect to become a multi-millionaire soon, take advantage NOW and save yourself from millions of dollars(or bananas) in taxes’ «Если вы планируете скоро стать мультимиллионером, действуйте уже СЕЙЧАС и избавьтесь от миллионов долларов (или бананов) в виде налогов.»

‘Put everything in GME and ASO’ «Ставьте все на GME и ASO»

‘When planning for a wedding, get pricing from caterers, florists, tables/chairs, etc. as just a party, not a “wedding”’ «Планируя свадьбу, узнавайте расценки от кейтеринга, флористов, и т. д. как просто вечеринку, а не «свадьбу».

Авторы сообщения обычно приветствуют читателей в начале текста поста: ‘Dear Global Chess Community’, ‘Fellow Apes’, ‘For those of you that actually enjoy reading a good DD, this one is for you.’, ‘Hi all’, ‘Hello there - I hope everyone is having a wonderful day!’, ‘Hi NintedoSwitch Sub!’

Если сообщение поста слишком длинное, то автор в конце указывает ‘TL;DR’ в котором сообщает основной смысл высказывания. Сама аббревиатура ‘TL;DR’ расшифровывается как ‘Too Long; Didn’t Read’. Данный прием также начал использоваться за пределами платформы в живых новостях, где можно услышать как ведущий, чтобы перейти к самой сути говорит ‘I will give you TL;DR’ on that’.

Словарь Merriam-Webster (который принял слово TL; DR в 2018 году) утверждает, что это слово впервые было использовано в 2002 году, но не предоставляет никаких доказательств в поддержку своего утверждения.

С 2004 года количество поисковых запросов Google по терминам TLDR или TL; DR медленно увеличивалось. Использование слова «TL; DR» намного превышает «TL; DR» с 2004 года.

Рассмотрим подробно одно из подсообществ [r/wallstreetbets](https://www.reddit.com/r/wallstreetbets) на котором участники обсуждают торговлю акциями и опционами. Членами подсообщества часто являются

молодые розничные трейдеры и инвесторы, которые игнорируют фундаментальные методы инвестирования и методы управления рисками, поэтому их деятельность считается азартной игрой. Растущая популярность брокеров без комиссии и мобильной онлайн-торговли потенциально способствовала росту таких торговых тенденций. Члены сообществ часто рассматривают дневную торговлю с высоким риском как возможность быстро улучшить свое финансовое положение и получить дополнительный доход. Некоторые из участников, как правило, используют заемный капитал, например студенческие ссуды, чтобы делать ставки на определенные акции, которые демонстрируют популярность в сообществе. Участники данного подсообщества используют такие слова по отношению к себе как "autists", "retards", "degenerates", and "apes" в качестве самоуничижения, а не как оскорбления. Пользователи также часто используют сленг, такой как «stonks» для обозначения акций; «tendies» для получения прибыли или прибыли; «gay bears» для тех, кто ожидает, что акции упадут или как общее оскорбление; «DD» для анализа потенциальных сделок (от «due diligence»); «bagholder» для того, чье положение сильно упало в цене; «diamond hands» для непреклонного удержания акций; и «paper hands» для продажи при первых признаках убытка. Часто в сообщении многие слова могут заменяться на эмодзи.

В начале этого года участниками данного подсообщества было куплено рекламное место на Times Square. Сообщение читалось как '\$GME GO BRRR', что означало взлет акций компании GameStop. На этом примере видно тенденцию к использованию кратких сообщений и аббревиатур, что является особенностью общения на платформе Реддит. Также мы можем видеть, что формат такого общения легко выходит за пределы только данной платформы. По некоторым комментариям участников 'Just when you think this sub can't be any dumber we buy Times Square billboards flexing our idiocy', 'This is easily one of the greatest things to happen during our lives', 'This is the hype we need for next week!', 'We like the stonks!', 'APES TOGETHER STRONG' можно проследить использование личного местоимения множественного числа 'we/our', это говорит о сплоченности участников и организованности их действий, направленных на общую цель.

Таким образом, в процессе исследования было установлено, что вся онлайн-коммуникация для лучшей видимости стремится быть краткой, а сама структура платформы обеспечивает им высокую информативность. Популярность данной социальной платформы и других аналогичных ей, обусловлена доступностью информации, особым интересом общества к личностно-ориентированным источникам информации, отсутствием границ и социальных групп. Основной целевой установкой данных платформ является предоставление актуальной и познавательной информации. Выбор языковых средств обусловлен информационной и самопрезентационной целью автора поста. Композиционная организация платформы отличается четкой структурированностью информации. На лексическом уровне в текстах рассматриваемой платформы встречается как профессиональная терминология, аббревиатуры, характерные для узкоспециализированных текстов, так и разговорные выражения.

### **Литература и источники**

1. Верховский Н.С. Цифровая трансформация – это новая революция, которая изменит все сферы жизнедеятельности [Видеозапись] / Верховский Н.С. // Московская школа менеджмента «Сколково», 2018. – URL: <http://trends.skolkovo.ru/2018/04/> (дата обращения: 12.10.2018).
2. Гнатышина Е.В., Саламатов А.А. Цифровизация и формирование цифровой культуры: социальные и образовательные аспекты / Е.В. Гнатышева, А.А. Саламатова // Вестник Южно-Уральского государственного гуманитарно- педагогического университета. –2017. – No 8. – С. 19–24.
3. Горшкова Е. И. Блог как вид интернет-коммуникации: автореф. дисс. ... к. филол. н. СПб., 2013. 23 с.
4. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов. Москва; УРСС, 2009

5. Добросклонская Т.Г. Теория и методы медиалингвистики. АДД. М., 2000; Вопросы изучения медиатекстов. Макс-пресс, 2000.
6. Назаров М.М. Массовые коммуникации и виртуализация социального пространства в современном обществе. // Социально-гуманитарные знания. 2001. N1. СС.233-248.
7. Назаров М.М. Массовая коммуникация и современные тенденции глобализации. // Социс, 2003. №7. СС. 20-29. (соавт.: Иванов В.Н.)
8. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. // Монография. М.: «Аванти плюс». 2004. СС.1-427.
9. Сергеева, И.Л. Трансформация массовой культуры в цифровой среде [Текст] / И.Л. Сергеева // Культура и цивилизация. - 2016. - Т. 6. - N 6А. - С. 55-65.
10. Bell A. Approaches to Media Discourse. Blackwell, London, 1998
11. Bell A. The Language of News Media. Blackwell, London, 1991.
12. Digitization, digitalization and digital transformation: the differences / I- Scoop, 2018. – URL: <https://www.i-scoop.eu/digitization-digitalization-digital-transformation-disruption/> (дата обращения: 14.10.2018).

*Научный руководитель – д-р филол. наук, проф. Фомин А.Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

**УДК 81'42**

## **КОММЕРЧЕСКАЯ РЕКЛАМА КАК ФЕЙКОВЫЙ ДИСКУРС**

*Шалагина Д.П.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[darya.shalagina42@mail.ru](mailto:darya.shalagina42@mail.ru)

Статья посвящена описанию текста коммерческой рекламы как содержащего недостоверную информацию, т.е. рекламы как фейка. Исследование выполнено в русле лингвистики лжи. В работе выявляются маркеры фейкового контента: конспирологическая аргументация, намек на дефицит, резкое снижение цены, ликвидация товара, информация, вызывающая страх, сильные эмоции и др. Предлагаемое исследование выполнено на материале рекламы российской ювелирной сети «Sunlight» и рекламы печей «Тунгуска Cast». Обосновывается идея о том, что фейковые новости в сфере коммерческой рекламы имеют различную степень вредоносного воздействия на потребителя.

**Ключевые слова:** лингвистика лжи, фейки, коммерческая реклама, недостоверная реклама, интернет-пространство, лингвистические маркеры

## **COMMERCIAL ADVERTISING AS A FAKE DISCOURSE**

*Shalagina D.P.*

Kemerovo State University

The article is devoted to the description of the text of commercial advertising as containing false information, i.e. advertising as fake. The study was carried out in line with the linguistics of lies. The article identifies the markers of fake content: conspiracy arguments, a hint of a shortage, a sharp price reduction, the elimination of goods, information that causes fear, strong emotions, etc. The proposed study was carried out on the material of advertising of the Russian jewelry network "Sunlight" and advertising of furnaces "Tunguska Cast". The article substantiates the idea that fake news in the field of commercial advertising has a different degree of harmful impact on the consumer.

**Keywords:** linguistics of lies, fakes, commercial advertising, false advertising, internet space, linguistic markers.

Нарастающее с высокой скоростью и частотой количество фейковых новостей в медиа и интернет-пространстве затрагивает различные сферы жизни общества, создавая у адресата «ложную ментальную картину мира» [1, с. 5].

Сегодня фейковый контент становится предметом активного разноаспектного изучения – социально-правового, социологического, социально-психологического, лингвоправового, медиакоммуникативного, лингвистического, лингвокультурологического. Исследование феномена фейка и фейкового контента в **лингвистическом и лингвокультурологическом аспектах** направлено на описание языковых средств, позволяющих выявлять маркеры фейка и дифференцировать фейковые новости. Данное исследование фейкового дискурса выполнено в русле лингвистики лжи, направленной на описание этого дискурсивного феномена и вскрытие механизмов распространения недостоверной информации в коммуникативном пространстве [2].

В настоящем исследовании под фейком мы понимаем недостоверную, не соответствующую действительности информацию, распространяемую в СМИ и интернет-пространстве.

Исследователь Н. Н. Кошкарлова замечает, что «существует расхожее мнение, что фейковые новости – это исключительно продукт и явление политической коммуникации, но с мистификацией реальности сталкиваются акторы и других типов дискурса» [3, с. 77-78]. Таким образом, мы разграничиваем фейковые новости на общественно-политические и на коммерческие (рекламные).

Для определения фейкового характера новостей в сфере коммерческой рекламы нами применяется алгоритм, предложенный И. А. Стерниным [4, с. 7-20]. Вслед за исследователем к «рекламным фейкам» мы относим «коммерческую рекламу, явную или скрытую, тексты, которые завершаются предложением купить, воспользоваться услугой, содержащие комментарии товара или услуги позитивного или негативного потребительского характера» [4, с.5-8].

Феномен фейковых новостей рассматривается нами как лингвистический объект, в аспекте «описания языковых средств, позволяющих выявлять маркеры фейка и дифференцировать фейковые новости» [1, с. 9-10.]. В качестве маркеров фейка выделяются: распространение в медиапространстве, анонимная атрибуция, использование «манипулятивной семантики», употребление эмоционально-оценочной лексики, возможность сэкономить, конспирологическая аргументация, требование быстроты реакции, намек на дефицит, резкое снижение цены, ликвидация товара, длинная история перед коротким предложением купить продукт по уникальному адресу и т.д.

Материалом предлагаемого исследования являются недостоверные резонансные новости в сфере рекламы. Так, российская ювелирная сеть «Sunlight» на протяжении нескольких лет объявляла о закрытии проекта, прекращении работы и ликвидации товаров по большим скидкам. «Маркетологи назвали такие действия спекуляцией на эмоциях и введением потребителей в заблуждение» [5].

Далее мы выделим некоторые лингвистические маркеры фейковых новостей на конкретных примерах. В качестве иллюстрации мы взяли тексты SMS-сообщений, распространяемых ювелирной сетью «Sunlight»:

*Уходим с рынка! Раздаем украшения бесплатно (1 штука в руки), остальное до -80%;*

*Официальное постановление о закрытии SL. Весь товар -50-80% до 06.09;*

*Магазины SL прекращают работу в Москве и МО – ВСЕ ЗА БЕСЦЕНОК до -80%;*

*Магазины SL прекращают работу в Сочи – ВСЕ ЗА БЕСЦЕНОК до -80%.*

**Текстовые маркеры фейка:**

**Распространение в медианпространстве:** в официальных аккаунтах в соцсетях, рассылках, SMS-сообщениях и массовых обзвонах.

**Использование «манипулятивной семантики»:** *Раздаем украшения бесплатно (1 штука в руки).*

**Анонимная атрибуция:** *Официальное постановление о закрытии SL.*

**Возможность сэкономить:** *ВСЕ ЗА БЕСЦЕНОК.*

**Требование быстроты реакции:** *Весь товар -50-80% до 06.09; ЗА БЕСЦЕНОК до - 80%.*

**Ликвидация товара:** *Уходим с рынка!*

**Информация, вызывающая страх, сильные эмоции:** *Уходим с рынка!, Магазины SL прекращают работу, Официальное постановление о закрытии SL.*

Выделенные маркеры позволяют говорить о том, что данные сообщения носят фейковый характер. Содержание высказываний не соответствует действительности. А сами тексты созданы с целью провокации и манипулирования адресатами. Ведомство ФАС России постановило [6], что сообщение *«Уходим с рынка! Раздаем украшения бесплатно (1 штука в руки), остальное до -80%»* нарушает законодательство о рекламе и наложило штраф.

Следующий анализируемый нами рекламный текст относится к категории фейков на основе правды и носит развлекательный характер.

**Заголовок:** *Весь мир взволнован, мир шумит – В тайгу упал метеорит! Роман Сеф*

**Подзаголовок:** *В огне не горит*

**Текстовые маркеры фейка:**

**Распространение в медиaprостранстве:** официальный сайт продукции в сети Интернет [7].

**Анонимная атрибуция:** *Согласно последним научным данным, он состоял из космического жаростойкого чугуна; Но до сих пор ученые не нашли ни одного его осколка; что мы-то в Сибири, рядом. И успели раньше ученых собрать все его осколки*

**Конспирологическая аргументация:** *Знаете почему? Да потому что мы-то в Сибири, рядом. И успели раньше ученых собрать все его осколки, чтобы переплавить их на супер жаростойкие чугунные банные печки.*

**Намек на дефицит:** *Тем более, уже совсем мало обломков осталось, на всех этих печек не хватит.*

**Длинная история перед коротким предложением купить продукт по уникальному адресу:** *В сибирскую тайгу, возле реки Тунгуски, совсем недалеко от нас, упал метеорит. Тот самый, Тунгусский метеорит. Согласно последним научным данным, он состоял из космического жаростойкого чугуна. Настолько жаростойкого, что, несмотря на ужасно высокую температуру, он целиком долетел до земли, повалив тайгу на двести верст вокруг; Только никому не говорите, все равно не поверят.*

Сторителлинг составляет основную часть текста, а далее следует ненавязчивое предложение купить товар (*совсем мало обломков осталось, на всех этих печек не хватит*). Данная информация носит фейковый характер. Целью фейковизации факта о падении тунгусского метеорита является привлечение внимания к товару с наименованием печь «Тунгуска Cast».

Таким образом, фейковые новости в сфере коммерческой рекламы имеют различную степень вредоносного влияния. Производители прибегают к манипуляции сознанием аудитории для получения преимуществ на рынке. Характер фейков, созданных для развлечения, вполне очевиден. В то время как рекламные тексты, вводящие адресатов в заблуждение, провоцирующие ажиотажный спрос, требуют особой бдительности потребителей.

Рассматриваемый нами вопрос нуждается в дальнейшей разработке, в том числе с помощью привлечения анализа экспериментального материала, глубоко вскрывающего механизм фейковизации в текстах коммерческой рекламы.

## Литература и источники

1. Ким, Л. Г. Фейковый контент в социальных сетях в аспекте фактора адресата (на материале фейков о коронавирусе) / Л. Г. Ким // Interface. - 2021. Issue 14 (Spring 2021). P. 5–30.
2. Ким, Л. Г. Дискурс лжи в аспекте интерпретационной деятельности адресата / Л. Г. Ким // Вестник Челябинского государственного университета. 2012. №5(260). – С. 80-84.
3. Кошкарова, Н. Н. Фейк, я тебя знаю: лингвистические механизмы распознавания ложной информации / Н. Н. Кошкарова, Е. С. Бойко // Политическая лингвистика. — 2020. – № 2 (80). – С. 77-82.
4. Стернин, И. А., Шестернина, А. М. Маркеры фейка в медиатекстах. Рабочие материалы / И.А. Стернин, А.М. Шестернина. – Воронеж: ООО «РИТМ», 2020. – С. 6-20.
5. ФАС в СМИ: «Sunlight» оштрафован волгоградским УФАС на 400 тысяч рублей за фейковое закрытие [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://fas.gov.ru/publications>
6. Фейк ради прибыли. Sunlight объявил о закрытии и скидках, но продолжил работать [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://secretmag.ru/news/feik-radi-pribyli-sunlight>
7. Тунгуска Cast [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://t-m-f.ru/catalog-new/model/pechi>

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

Научное издание

Филология, иностранные языки и медиакоммуникации

Материалы симпозиума в рамках XVI (XLVIII) 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 1,93 Мб